

JEAN CAUNE este profesor la Departamentul de Științe ale Comunicării din Universitatea Stendhal, Grenoble. Este autorul a numeroase cărți între care amintim: „Estetica animației culturale“ (1981), „Cultura în acțiune“ (1992), „Estetica comunicării“ (1997), „Pentru o etică a medierii“ (1995).

Jean Caune este doctor în estetică (1979) și deține un doctorat de stat în științele comunicării (1989).

A lucrat ca actor și regizor, ca director al unor centre culturale din Angers, Chambéry și Grenoble, și a fost decanul Departamentului de Comunicare al Universității Stendhal între 1990-1997.

Jean Caune

Cultură și comunicare

Convergențe teoretice și locuri de mediere

Traducere de Mădălina Bălășescu



CARTEA ROMÂNEASCĂ

2000

Coperta seriei: DAN STANCIU

SUMAR

Cuvânt înainte de Mihai Coman 9

Introducere 15

Partea întâi

PUNCTE DE VEDERE TEORETICE

1 LIMBAJUL CA FENOMEN CULTURAL 25

Perspectivă deschisă de lingvistică structurală. Caracterul social al limbii, caracterul individual al vorbirii.

Limbajul face posibilă existența societății. Limbajul permite analiza culturii și a formelor pe care le îmbracă. Limba interpretând alte sisteme de semne. Cultura ca interacțiune între modurile de gândire, mijloacele de comunicare și formele expresive.

- Limbă, vorbire, societate.
- Limba ca element integrant al culturii.
- Limba, model de analiză a culturii.
- Cultura ca ansamblu.
- Cultura: un sistem de semne?
- Globalitatea - rezultat al interacțiunii fenomenelor.
- Dincolo de limbajul articulat.

2 CULTURA ESTE COMUNICARE 45

Disciplinele și diferitele accepțiuni ale culturii. Faptele culturale: expresia simbolică a societății. Considerații asupra comportamentelor și asupra interacțiunilor sociale în

Coordonarea colecției: Dan Cristea

© Presses Universitaires de Grenoble, 1998

ISBN 978-23-1160-6

structurarea lor simbolică. O concepție complexă asupra interacțiunilor sociale în structurarea lor simbolică. O concepție complexă asupra culturii duce la o concepție complexă asupra comunicării. Importanța considerațiilor asupra inconștientului în analiza culturală. Cultura cotidiană a „omului fără calitate”. Personalitate, comportament, relații interpersonale.

• **Științele umane și faptele de cultură**

- Antropologia.
- Sociologia.
- Sociologia psihologică.
- Psihologia socială.
- Estetica.

• **Diferitele accepțiuni ale culturii**

- Natură și cultură.
- Tehnică și cultură.
- Cultură și personalitate.
- Cultură cultivată și cultură de masă.

• **Cod sau existență?**

- Cultura ca mod de formare individuală.
- Cultura cotidiană.

• **Individul: subiect al culturii, locutor al comunicării, element al unei interacțiuni**

- Individul și grupul.
- Conceptul de personalitate.
- Relațiile interpersonale și Eul.

3 ÎNȚELEGEREA CULTURII.

SEMNIFICAȚIA COMUNICĂRII. 68

Deplasarea distincției între explicarea fenomenelor naturale și înțelegerea culturii. Cultura holistică și emisfera cerebrală dreaptă, cultura analitică și emisfera cerebrală stângă. Diferitele concepții asupra comunicării și problematica semnului. Comunicarea nu poate fi redusă la un fenomen linear, bazat doar pe schimbul de informații. Influența materialității suportului comunicării în producerea sensului. Enunțarea, experiență esențială a subiectului și parolă culturală. Mediarea formelor simbolice.

• **A explica și a înțelege**

- Căile de acces spre înțelegerea culturii.
- Introducere în interpretarea culturii.
- Cultură scrisă, cultură orală.

• **Semiotica: un mod de înțelegere a culturii?**

- Semn și comunicare
- Semiologia semnificației. Semiologia comunicării.
- Semiotica. Cercetarea sensului.

• **Enunțarea: o experiență esențială a subiectului.**

• **Funcția simbolică: instrument de mediere.**

Partea a doua

CULTURA CA MIJLOC DE MEDIERE

4 CULTURA: RELAȚIE ÎNTRE INDIVID ȘI LUME. 89

Criza culturii: autenticitate compromisă într-o societate surprinzătoare.

Uniformizarea sau globalizarea culturii în societatea contemporană.

Instituția ca un factor unificator al conduitelor, normelor, activităților.

Distincția între culturi după densitatea contextului, necesar în înțelegerea mesajului: întoarcerea în trecut și tradiționalismul.

Acțiunea umană ca text.

Cultura ca ideologie.

• **Legitimitatea culturii într-o societate divizată?**

- Cultură autentică și cultură artificială.
- Cultura unidimensională.

• **Două modele de funcționare a culturii.**

- Modelul funcționalist al instituției.
- Modelul schimburilor propus de Edgar Morin.

• **Interpretarea culturii – Paradigme comunicaționale**

- Cultura ca grilă de interpretare.
- Comunicarea „în context bogat” și comunicarea în „context sărac”.
- Paradigma textului.

• **Funcționarea ternară a culturii.**

8 Sumar

5 CULTURA ȘI COMUNICAREA DE ÎNȚEPRINDERE . . .107

Dezvoltarea noțiunii de cultură globală a întreprinderii. Două nivele interdependente: organizația și societatea. Semne și valori creatoare de sens.

Cultura patrimonială și cultura antreprenorială. Trei vârste ale managementului cultural și triada cultură-identitate-comunicare. Cultura organizației: paradigmă sau concept mediator?

- **Puterea culturii.**
- **Elemente de identificare a culturii de întreprindere.**
 - Practici implicite. Practici explicite.
 - Valorile.
 - Semne distinctive și simboluri.
- **Cultură și identitate.**
 - Identitate, istorie și organizare.
 - Legitimitatea autorității și a culturii de întreprindere.
 - Identitate și cultură birocratică.
- **Identitate, cultură și comunicare.**

6 ARTA ȘI COMUNICAREA 122

Arta ca reprezentare spațiu-timp. Opera de artă este incapabilă să reproducă un conținut care o precede. Cum arta informează și orientează percepții, cum arta construiește și transmite o lume imaginară? Sensul artei nu este niciodată perfect recunoscut, el depinde de sensibilitate. Arta ca întâlnire între eveniment și structură. Acțiunea culturală, strategie de difuzare a artei.

- **Arta ca formă culturală.**
- **Arta, suport de informație, sursă de semnificație.**
- **Producerea unui raport social.**
- **Estetica sociologică și limitele ei.**
 - Arta și procesul de mediere.
 - Forma artistică.
 - Specificul semnificant al expresiei artistice.
- **Funcțiile comunicării și arta.**
- **Culturalismul – mod de difuzare a artei.**

CONCLUZII 138

- **Dincolo de limbaj.**

BIBLIOGRAFIE GENERALĂ 143

Cuvânt înainte

Cartea lui Jean Caune este, în primul rând, o carte de profesor. În cel mai bun sens al cuvântului. Ea este consacrată unei teme de o importanță majoră: relația dintre cultură și comunicare, relație extrem de complexă, care ascunde sub aparenta ei simplitate numeroase zone obscure. Problematica acestei relații străbate, explicit sau implicit, marile dezbateri ale filozofiei, lingvisticii, antropologiei culturale, esteticii, sociologiei și psihologiei. Iar mai recent pe cele ținând de științele comunicării. De aceea o sinteză a diverselor abordări, risipite în numeroase lucrări, din științe și discipline nu o dată aparent ireconciliabile, este mai mult decât necesară.

Cartea semnată de Jean Caune începe cu o perspectivă generală, în care relația dintre cultură și comunicare este discutată din perspectiva notelor comune; ambele sunt vehiculate în mod non-conștient de către utilizatori, nu există decât prin experiențe individuale și suportă schimbări constante ale elementelor componente. Totuși, între ele nu se pot desemna elemente de identitate

Comentând pe larg deosebirile dintre explicație și înțelegere, Jean Caune propune o incursiune edificatoare în procesele de constituire a metodelor hermeneutice de cercetare. Din această perspectivă sunt discutate relațiile dintre cultura orală și cea scrisă, dintre semn și comunicare, dintre semantică și semiologie, dintre text și enunțare, dintre limbaj și funcția simbolică. Din aceeași perspectivă autorul discută relațiile dintre modelul funcționalist (preocupat de explicarea unor fenomene culturale și de comunicare) și modelele analizei culturale axate pe actele de comunicare create de Edgar Morin, Ed. Hall, E. Goffman, P. Ricoeur; în esență, conchide Jean Caune, „fenomenul cultural nu poate fi înțeles decât traversând această mișcare circulară în care se conjugă o manifestare concretă (expresia), o societate (care se exteriorizează sub o formă simbolică) și un individ care este exprimat de aceasta (...) Manifestarea individuală este o formă simbolică de exprimare a societății”.

Un capitol substanțial este consacrat diverselor forme de utilizare instrumentală a culturii, în cadrul așa-numitei „corporate culture”. Din această perspectivă, unele forme de creație culturală pot fi folosite ca modalități de gestiune a organizațiilor, modalități care ameliorează comunicarea dintre membrii acestora și randamentul organizațiilor. Apăr astfel numeroase forme de „cultură de întreprindere”, care au ca scop facilitarea integrării indivizilor, a adaptării organizației la mediu și dezvoltarea unor sentimente de apartenență și responsabilitate față de organizație. Pe această cale, Jean Caune familiarizează cititorul cu noțiuni de mare actualitate: identitate culturală, habitus, valori corporative, legitimitate – toate subsumate domeniului emergent al managementului cultural.

În sfârșit, un ultim capitol abordează relația dintre artă și comunicare (autorul este un reputat specialist în problemele acțiunii culturale, care formează obiectul unei recente cărți, pe care a publicat-o în 1999); el schițează dimensiunile majore ale abordărilor funcției de comunicare ale artei din perspectivă filozofică, estetică, sociologică, lingvistică. Pe această bază el definește „culturalismul” ca forma tipică de acțiune culturală, exponent al unor practici comunicaționale specifice.

Într-un câmp de cercetare fascinant, dar ale cărui granițe sunt imprecise, Jean Caune trasează cu claritate conturul principalelor domenii, identifică notele individualizatoare și diferențele specifice, atrage atenția asupra chestiunilor controversate. Primul beneficiar al acestui traseu intelectual este studentul (sau mai exact persoana studioasă) care dorește să își precizeze definițiile, să identifice științele și disciplinele care abordează asemenea probleme și să înțeleagă în ce a constatat contribuția unor savanți, deschizători de drumuri și întemeietori de școli de cercetare. Al doilea beneficiar este cadrul didactic, în căutare de suporturi bibliografice pentru cursurile sau seminariile sale: lucrarea de față oferă un excelent instrument de lucru, sintetic și clar totodată.

Prof. univ. dr. Mihai Coman

Introducere

Fenomenele culturale și procesele de comunicare fac parte acum mai mult ca oricând din orice viață comunitară. De aceea, atenția care le-a fost acordată de către cercetători a fost direct proporțională cu amploarea pe care au luat-o și importanța pe care au dovedit-o începând cu a doua jumătate a secolului al XX-lea. Pe de o parte, faptele sociale manifestate în comportamente, produse și instituții au fost considerate simultan atât ca elemente specifice ale dezvoltării economice (activism cultural, comunicare de masă, comunicare de întreprindere), dar și ca spații particulare ale exercitării puterii (mass-media) sau ca obiect al unor practici profesionale specializate (specialist în comunicare, responsabil de relații publice, jurnalist specializat, animator cultural, etc.). Pe de altă parte, autonomizarea experiențelor relaționării, ale medierii între indivizi și între diferitele componente ale societății și actorii sociali, a determinat în mod firesc un câmp de practici și de științe, tot mai vizibil prin tehnicile sale, metodele de formare profesională și prin disciplinele sale academice.

Prin urmare, este evident că, în prezent, nici o instituție politică, administrativă, educativă, și nici o activitate colectivă nu se pot sustrage tehnicilor comunicării (relaționare, deprindere, relații publice) și proceselor de construcție a identității culturale.

Apropierea dintre domeniile culturii și comunicării nu este doar rezultatul circumstanțelor istorice sau tehnice, chiar dacă industrializarea culturii și dezvoltarea comunicării de masă au contribuit la deplasarea frontierelor, la schimbarea actorilor sau la confuzia funcțiilor acestora. În principal, vecinătatea celor două domenii se explică prin factori legați de organizarea economică și socială și se justifică concret prin apariția de bunuri, de servicii și practici hibride, conexe altor domenii.

Data fiind complexitatea fenomenelor, în lucrarea de față ne vom mulțumi doar cu redefinirea liniilor de demarcație, cu identificarea diferențelor și cu unitatea asemănărilor, fiind perfect conștienți de faptul că diferitele convergențe ale fenomenelor culturale și comunicaționale nu se rezumă doar la fuziunea activităților – sau la confuzia asupra lor într-o anumită epocă. Mai știm că nici pragmatismul alegerilor tehnice, nici instrumentalizarea cunoștințelor și a lucrărilor din domeniu nu sunt suficiente pentru a explica industrializarea culturii, în scopul difuzării masive a produselor, fenomen care reunește cuplul producție-consum, mereu prezent în societatea noastră contemporană. De asemenea, nu este suficient să atribuim conjuncția producție-consum simplei voințe de democratizare culturală sau, mai mult, să trecem banalizarea produselor culturale (pierderea de substanță) în contul pasivității datorate telecomunicării de masă. În plus, nu este prea fericită nici explicația conform căreia nașterea noii

culturi, fondată pe imagine și calculator (în care virtualul și imediatul au înlocuit imaginarul și medierea intelectuală) se datorează fuzionării fenomenelor cultural și comunicațional.

Iată doar câteva motive pentru a fi precauți în demersul nostru analitic. Căci știm că identificarea unui raport clar între cultură și comunicare nu poate veni doar dintr-o distincție formală, de dinamică, al cărei destin ar fi să facă să dispară ceața în care plutesc conceptele conexe celor două fenomene. Chiar dacă un mod de exprimare, ca fenomenul *rap*, de exemplu, devine la un moment dat un fenomen de comunicare sau un mod de comunicare (ca și moda *video* sau publicitatea) și își câștigă statutul de obiect cultural, iar analizele îl consemnează ca atare, nu înseamnă că acestea devin substituibile noțiunilor sau fenomenelor pe care le desemnează.

În realitate, cultura și comunicarea formează un cuplu ciudat. Nici una nu se explică fără cealaltă. Cele două fenomene nu sunt perfect etanșe, nu se conțin, și nici nu pot fi situate în planul reflexiilor paralele prin corespondență analogică. Raportul de includere reciprocă (care poate face ca un fenomen de cultură să funcționeze ca proces de comunicare sau un mod de comunicare să apară ca o manifestare culturală), nu poate fi satisfăcut de nici o figură a dualității (complementaritate, opoziție sau diferență). De exemplu, publicitatea poate fi interpretată prin semnificația sa culturală, existentă în sine, dar poate fi interpretată și ca suport de mediere între individ și lumea sa socială sau imaginară. În aceiași termeni poate fi interpretată și televiziunea. Considerată ca un bun producător de plăcere, de folosință familială în spațiul domestic, televiziunea reprezintă un comportament cultural având la bază

replierea celei familiale și devine, un nou mod de comunicare punând în circulație o altă imagine a lumii.

Conținut și formă, semnificant și semnificat, cod și performanță, enunțat și enunțare, limbă și cuvânt, conținut și relație, fond și imagine. Sunt câteva cupluri de concepte care se pot aplica atât culturii, cât și comunicării, dar nici unul din ele nu este operațional pentru a găsi determinările comune. Prin urmare, cultura și comunicarea se poziționează după o reprezentare curioasă care poate fi descrisă amintind figura geometrică a bandei lui Moebius. Se poate spune, deci, că analiza celor două fenomene nu are valoare decât prin punctele de vedere esențiale care le definesc.

Primul obiectiv al acestei lucrări este de a arăta că nu există o delimitare epistemologică între cele două noțiuni. Fundamentul fiecăreia din aceste noțiuni este bazat pe fenomenul limbajului, având în centrul atenției omul. Întărind această afirmație, Michel Foucault constata în „*Les mots et les choses*” că „niciodată în cultura occidentală, omul și limbajul nu au putut să coexiste și să se articuleze unul pe celălalt”¹. Foucault vedea în această problemă „cea mai importantă chestiune filosofică a epocii”. Cartea de față nu își propune să lămurească această chestiune, ci să indice cum reflecțiile contemporane asupra fenomenelor culturale și de comunicare permit sau interzic articularea noțiunilor de limbaj și om. Articulare ce, conform lui Foucault, nu poate fi ignorată, deoarece aceste două elemente sunt dovada că existăm și vorbim. Se mai poate spune, de asemenea, că o reflecție asupra culturii și comunicării nu poate evita introducerea noțiunii de filosofie a subiectului, care poate oferi deschiderea

științifică necesară asupra existenței limbajului și a omului.

Ipoteza principală este că distincțiile necesare între cultură și comunicare se desenează într-un câmp de cunoștințe defrișat de științele umaniste și limitat de condițiile materiale, tehnice și politice ale unei societăți. Întrebările care se ridică în acest câmp sunt de două tipuri.

Primul tip se referă la identificarea caracterelor comune proceselor culturale și proceselor de comunicare. Rezultă din această vecinătate conceptuală că reflecția asupra faptelor de cultură și asupra modurilor de comunicare ridică problema raporturilor între individ și societate. Dacă cultura este un fapt social, înseamnă că nu există decât cultură manifestă, transmisă și existentă în și prin indivizi. Mai întâi, cultura există ca o moștenire. Suntem, astfel, în situația de a ne apleca asupra analizei modurilor de transmitere a acestei moșteniri, care sunt părți integrante în cultură. Dacă modurile și suporturile comunicării definesc o societate, raporturile de comunicare se aplică indivizilor prin prisma relațiilor interpersonale sau prin prisma fenomenelor de receptare a mijloacelor de comunicare. Astfel, reflecția asupra acestor două domenii se completează cu aportul sociologiei, psihologiei, antropologiei culturale, lingvisticii și a multor altor discipline. De altfel, unul din obiectivele acestei cărți este de a accentua demersul interdisciplinar.

A doua întrebare se referă la rolurile jucate de aceste fenomene în construcția realității sociale. Aceste roluri sunt cu atât mai evidente cu cât trăim într-o societate calificată „a comunicării”, formulă ce conține o oarecare doză de ambiguitate. În realitate, era post-industrială în care trăim este caracterizată de convergența tehnologiilor informației

1. M. FOUCAULT, *Les mots et les choses*, Gallimard, Paris, p. 351.

și comunicării, convergență care nu este lipsită de efecte asupra procesului de producție și difuzare a cunoștințelor, a modurilor de gândire, a divertismentului și, mai general, asupra comportamentelor și identităților culturale.

Cele două aspecte mai-sus menționate dau naștere unei ambivalențe: cultura și comunicarea devin noțiuni utilizate indiferent de dimensiunea vieții sociale, noțiuni care juxtapun puncte de vedere implicite, adesea contradictorii. Aceste noțiuni maschează adesea realitatea conflictelor și ambiguitățile manifestate în diferite segmente sociale. Astfel, evidențierea jocului social contemporan și a concepțiilor teoretice care îl însoțesc reprezintă un alt obiectiv al acestei lucrări.

Mai trebuie subliniat încă un aspect, în afara celor două. Actele de comunicare și expresiile culturale și-au câștigat o dimensiune operațională în viața politică și economică, transformându-se în instrumente sau în moduri de intervenție socială. Astfel, după criza politică și socială din 1968, cultura și comunicarea apăreau ca două terenuri sociale privilegiate pentru promovarea schimbărilor sociale. Criza educației, izolarea individului, accentuată prin dezvoltarea urbană, dispariția sentimentului apartenenței colective, favorizat de dezvoltarea mass-media, în special audiovizuală, toate acestea sunt fenomene care se referă la cultură, fie tradițională sau elitistă, cât și la mijloacele de comunicare. Aceste fenomene sunt cu certitudine indicatori ai modificării raporturilor între cultură și comunicare și vor fi luați în calcul ca atare.

În ultimii 20 de ani, expresiile care au calificat obiectele, finalitățile și mijloacele în câmpul medierii culturale sunt multiple: dezvoltare culturală, acțiune socio-culturală. Noțiunea de comunicare suportă aceleași

multiple definiri, dacă nu este confundată cu aceea de informație. Ca exemplu, pot fi amintite declinările termenului „comunicare” în domeniul organizațiilor: comunicare globală, comunicare instituțională, comunicare externă, comunicare strategică, comunicare ca produs. Este vorba, în efortul de a le defini, de proceduri care intervin în circulația bunurilor și serviciilor în cadrul pieței economice și în gestionarea raporturilor sociale. Cel de-al treilea obiectiv va fi, astfel, de a indica în ce sectoare activitatea socială și comunicarea capătă contur precis pentru a produce formele care generează acțiune și instituie raporturi între indivizi.

Nu trebuie, deci, să conchidem, din rapida convergență a culturii și comunicării, că aceste două concepte sfârșesc prin a se confunda. Cultura rămâne asociată câmpurilor literaturii și esteticii, iar comunicarea rămâne legată de suporturile tehnice care fac să funcționeze relațiile pe care le construiesc. Cultura apare cel mai adesea ca un supliment de suflet, un lux sau un privilegiu, în timp ce comunicarea este descrisă ca o cerință, dependentă de suporturi și indiferentă față de conținuturile sale. Cultura pare, astfel, a fi protejată unei industrializări masive care o face să-și piardă semnificația și valorile specifice, în timp ce comunicarea vizează universalitatea și imediatul. Această opoziție, care evident trebuie pusă în discuție, explică parțial rezistența culturii în raport cu tehnica. Ea accentuează iluzia unei societăți care s-a dorit transparentă față de sine și care și-a dorit stăpânirea conflictelor prin extinderea generalizată a tehnicilor de comunicare.

Una din justificările examinării convergenței cultură-comunicare poate fi dată de necesitatea de a arăta rolul jucat de schimbările modului de comunicare în dezvoltarea proceselor cognitive, în mărirea volumului de cunoștințe și a

22 *Introducere*

capacităților umane de a stoca, îmbogăți și difuza formele simbolice ce permit identificarea individului cu valorile colective. Punctul de vedere care urmează este pedagogic. Fără a avea pretenția unei prezentări sistematice a autorilor, a curențelor, a disciplinelor și a conceptelor, vor fi utilizate aici referințele teoretice și exemplele concrete cele mai la îndemână pentru a evidenția proximitatea fenomenelor, raporturile lor și lămuririle reciproce.

Se impune o ultimă precizare. Amploarea subiectului, bogăția și multitudinea lucrărilor care îl abordează direct sau indirect, diversitatea și câteodată ambiguitatea termenilor tehnici utilizați de disciplinele care îl tratează ne conduc la privilegierea referințelor teoretice contemporane și, mai ales, a exemplelor din cultura occidentală și din actualitatea ultimilor 30 de ani. Am dorit mai întâi să prezentăm problematica și punctele de vedere teoretice fără a ne refuza o poziție față de un aspect sau altul.

Odată determinate obiectivele acestei cărți, se impune a defini logica expunerilor care vor urma. Prima parte își propune să arate cum cultura și comunicarea sunt două noțiuni în oglindă. Oglindirea reciprocă dă naștere unei duble reflecții: concepția despre limbaj dă naștere discuției despre noțiunea de cultură, iar punctele de vedere teoretice asupra culturii definesc o apropiere față de înțelegerea modurilor de comunicare. În partea a doua, am depășit dualitatea, văzând în cultură o mediere între individ, manifestările sale și lumea sa relațională. Am ales, pentru a ilustra modul în care se produce medierea, două domenii care realizează procesele de comunicare și formele culturale: sectorul organizațional și câmpul producției artistice. Căci aceste câmpuri din sfera practicilor sociale sunt locurile în care se manifestă astăzi cel mai evident relațiile între cultură și comunicare.

PARTEA ÎNTÂI

Puncte de vedere teoretice

Limbaul ca fenomen cultural

Oricare ar fi definiția dată culturii (în capitolul următor vom vedea că există numeroase definiții), accentul cade pe faptul că trebuie să vedem cultura ca pe un ansamblu de sisteme simbolice, în care un prim rang îl ocupă limbajul. Locul privilegiat care îi este acordat se datorează faptului că, asemenea vorbirii, cultura poate fi considerată ca fiind instrumentul prin care omul își exprimă gândurile, sentimentele, emoțiile. Prin limbaj, omul își exercită influența și suportă influențele altor oameni din comunitatea căreia îi aparține. Din punct de vedere funcțional (înțelegând prin aceasta utilizarea lui din nevoia de comunicare), limbajul nu poate fi redus numai la utilizarea instrumentală. El este fundamentul societății omenești, atât în planul identității, cât și în cel al evoluției sale, iar acest caracter fundamental nu este lipsit de complexitate. Pentru a înțelege modul în care limbajul participă la construcția și la menținerea unei culturi, este necesar apelul la cunoștințe lingvistice și, în special, la cele enunțate de fondatorul lingvisticii contemporane, Ferdinand de Saussure.

Odată cu Ferdinand de Saussure, la începutul secolului al XX-lea, lingvistica intra într-o fază caracterizată prin abandonarea filosofiei limbajului și a cercetării evoluției istorice a limbii pentru a o studia în realitatea sa intrinsecă. Limba a fost examinată în ea însăși și pentru ea însăși. Analiza lui Saussure se întemeia pe ideea conform căreia limba este un sistem compus dintr-un număr relativ redus de elemente, combinate după principiile structurii. De aici și numele de lingvistică structurală, nume care a rămas ca atare, deși el nu a fost niciodată utilizat de Saussure în discursurile sale, publicate ulterior de elevii săi sub titlul de „*Cours de linguistique générale*” (*Curs de lingvistică generală*), în 1915¹.

Procesul de cunoaștere definit de Saussure permite înțelegerea modului în care limbajul a devenit atât de important în funcționarea culturii. Lingvistica nu studiază un obiect cunoscut dinainte. Limba nu precede punctului de vedere al aceluia care studiază fenomenele limbajului: „*S-ar putea spune că punctul de vedere creează obiectul*”², spunea Saussure. Ceea ce înseamnă, de fapt, că punctul de vedere teoretic, paradigmă în termeni actuali, trebuie să izoleze abstract obiectul studiat care este limba. Acest fenomen pluriform, eterogen, atât fizic, fiziologic, cât și psihic, cum este limbajul, aparține atât domeniului individualului, cât și socialului. El nu se lasă clasat în nici o categorie a faptelor umane. Limba nu se diferențiază de alte fenomene sociale care intervin în actele de discurs. Limba nu se confundă cu limbajul, căci aceasta nu este decât o parte determinată, esențială, este adevărat, după cum o

clasifică Saussure. El a identificat, deci, în interiorul limbajului: limba, ca parte socială, exterioară individului, dându-i următoarea definiție: „*un produs social al facultății limbajului și un ansamblu de convenții necesare, adoptate de corpul social, pentru a permite exercitarea vorbirii la indivizi*”³. A doua componentă a limbajului, după Saussure, este vorbirea, care privește activitatea subiectului și îl individualizează. Saussure nu se rezumă, deci, doar la a defini obiectul științific. Pe de o parte, el pune în evidență două aspecte ale limbajului, limbă și vorbire, dar și interdependența lor: limba ca instrument și ca produs al vorbirii. Pe de altă parte, el indică de ce limba este socială în esență și independentă în raport cu individul.

Pentru început, să examinăm relațiile între limbaj (prin prisma celor două componente) și cultură, plecând de la distincția saussuriană.

LIMBA CA ELEMENT INTEGRANT AL CULTURII

Afirmând că limba este „*formă și non-substanță*”, Saussure pune accentul pe necesitatea de a evidenția relațiile între elementele semnificative ale limbii, cuvintele, dar și asupra faptului că limba este un instrument de comunicare, a cărui eficacitate nu rezultă din materializarea fonică sau vizuală prin care semnele se concretizează. El a atras atenția că potențialul de semnificare al limbii vine din combinarea semnelor în sistemul formal pe care îl constituie și, astfel, limba devine formă. Nu vom lua, totuși, în discuție această afirmație, care nu distinge modurile de

utilizare orală și scrisă a limbii în cadrul procesului de comunicare lingvistică. Este suficient să ne mulțumim cu notarea capacității de semnificant a limbii, rezultată din faptul că orice semn lingvistic este conținut într-un sistem de semne.

Contribuțiile lui Ferdinand de Saussure depășesc însă cadrul lingvisticii. Considerația conform căreia unitatea limbii are ca punct de plecare semnul, ca principiu de semnificare, a deschis un vast câmp de cercetare științelor umane. Unii analiști ai societății, ca Jean Baudrillard, de exemplu, se întrebau în urmă cu câteva decenii dacă anumite structuri sociale nu pot fi considerate sisteme de semne. Alții, ca Claude Lévi-Strauss acordau o mare atenție analizei discursurilor complexe ale miturilor, pe care le considerau structuri diferite care combină unități, după modelul limbii. În baza acestor premise, fenomenele culturale au fost definite ca având următoarea trăsătură: ele nu pot fi considerate ca simple date care se definesc natural, așa cum se întâmplă cu orice fenomen al limbii. S-a accentuat, astfel, ideea că un fapt de cultură nu rămâne același dacă este raportat la un altul.

Pentru a arăta de ce și cum este limba constituent al culturii, vom urma raționamentul lui Emile Benveniste din „*Problèmes de linguistique générale*” (*Probleme de lingvistică generală*)⁴. Un prim aspect la care se referă cercetătorul în această lucrare este modul în care limbajul permite reprezentarea limbii. El susține ideea că limbajul, privit în raport cu limba, permite o anumită reprezentare a limbii și o ordonează într-un mod al său specific, punct de vedere împărtășit, de altfel, și de greci în antichitate: limbaj egal *logos*, adică discurs și rațiune. Una din ideile esențiale care trebuie reținută se referă la conținutul care

trebuie transmis, adică la gândire, care, afirmă cercetătorul, este organizată plecând chiar de la structura limbii: „*Prin limbă, omul asimilează cultura, o perpetuează, o transformă*”⁵.

Al doilea aspect important evidențiat adaugă limbii o dimensiune fundamentală în înțelegerea culturii: prin limbă, individul și societatea se determină reciproc, iar aceasta este chiar trăsătura care le unește. Argumentele se conturează astfel: prin actualizarea limbajului prin vorbire, se instituie societatea și realitatea imaginară individuală. De asemenea, învățarea limbajului însoțește și condiționează nașterea conștiinței, precum și inserția copilului în cadrul unei comunități sociale și culturale. Mai trebuie reținut că funcția simbolică nu se desfășoară doar în limbajul articulat, ci ea își găsește expresie chiar în ordinea imaginarului sau în raportul abstract față de obiectele lumii înconjurătoare. Totuși, funcția simbolică capătă sens doar la nivelul limbajului și își dezvoltă sensul ascuns. Aici se stabilește o relație profundă, cu dublu sens între semnificantul imediat și obiectul la care trimite, iar facultatea simbolică, inerentă condiției umane, atinge în limbaj forma sa cea mai elaborată.

LIMBA, MODEL DE ANALIZĂ A CULTURII

Edward Sapir, lingvist și etnolog totodată, și-a elaborat cercetările antropologice din perspectivă lingvistică. Demersul său i-a permis să indice, în 1927, care sunt punctele comune între fenomenele lingvistice și cele culturale. Astfel, el a ajuns la concluzia că limba este, ca și religia sau sistemele de rudenie, un produs al vieții în

societate, admițând anumite variabile în descrierea acestei legături: limba diferă de la o comunitate la alta și se modifică odată cu istoria acesteia; limba este transmisă din generație în generație, și, ca orice cultură, nu are sens decât pentru membrii grupului.

Deci, relaționând omul și natura prin prisma reprezentărilor, limbajul face posibilă societatea umană. Limbajul, mod în care se manifestă întotdeauna o limbă, determină o relație necesară între limbă și societate fără de care nici una nu poate exista. Luând în calcul această implicare reciprocă, rezultă o altă caracteristică, remarcată atât de antropologi, cât și de lingviști și anume că, atât societatea, cât și cultura, aflate în relații de strânsă dependență, sunt independente față de limbă. Dacă limbajul permite studiul formelor create de cultură, trebuie remarcată ideea că nu există relații funcționale între limbă și cultura celor care o utilizează⁶.

Emile Benveniste abordează problema acestei relații complexe, operând o distincție în cadrul noțiunii de societate: pe de o parte, societatea este văzută ca o realitate istorică și culturală (societatea franceză, chineză, etc.); pe de altă parte, societatea apare ca o colectivitate umană, care este baza și condiția primă a existenței oamenilor. Continuând raționamentul în același mod, limba poate fi evocată din perspectiva particularității sale ca idiom empiric și istoric particular (limba franceză, limba chineză) sau poate fi văzută ca un sistem de forme semnificative și ca o condiție primordială a comunicării. În acest punct al discuției, Benveniste nota următorul aspect: dacă nu există corelațiile necesare între limbă și cadrul social al unei comunități specifice, rezultate din realitățile istorice și empirice, atunci limba și fundamentele sociale nu pot fi considerate ca baze ale comunicării și existenței.

În sfârșit, din acest ultim punct de vedere prezentat pot fi extrase caracterele comune ale limbii, societății și culturii: în plan fundamental, limba, cultura și societatea sunt vehiculate non-conștient de oameni; toate trei sunt moștenite și nu pot fi schimbate prin voința individuală; în schimb, oamenii pot modifica, dacă vor, denotațiile și desemnările date prin limba, forma și natura instituțiilor sociale, așa cum pot interveni asupra modalităților de expresie și de relație determinate de cultură. Se modifică, deci, condițiile de existență, de producție și de comunicare, dar rămâne puterea coeziunii prin limbă și cultură a colectivității; ca și limba, cultura nu există decât prin expresia individuală, care este fundament și produs în același timp. Nu este însă sigur că se poate stabili, în ceea ce privește cultura, distincția operată de Saussure între vorbire și limbă la nivelul limbajului. Cultura este vehiculată de un subiect, deși aceasta îi rămâne exterioară, într-un anumit fel: el nu o poate crea sau modifica de unul singur. În acest context, ar fi important să examinăm modul în care este organizat un limbaj cultural care să nu fie rezultatul unui cod predeterminat.

Cu toate determinările date, raporturile reciproce dintre limbă și cultură ridică, totuși, o problemă epistemologică. Considerând limba ca parte integrantă unei culturi, Sapir și în general antropologia contemporană afirmă că fenomenele lingvistice sunt fenomene culturale. Aici trebuie amintit că nu există un raport de identitate între limbă și cultură, iar numeroase fenomene culturale sunt exprimate și în alt fel decât prin intermediul limbii. Mai trebuie spus că formele culturale depășesc formele lingvistice; așa cum nu avem dovada evidenței organizării într-un sistem de semne a formelor non-lingvistice, cum

32 *Limbajul ca fenomen cultural*

sunt, de exemplu, formele exprimării politicoase, ritualurile, imaginile, etc. în final, întrebarea care se pune este: care este argumentul invincibil al recunoașterii limbii ca cel mai complex și mai răspândit dintre sistemele de expresie? În context, până la a răspunde la întrebare, mai pot fi relevante alte trei chestiuni: care sunt raporturile dintre lingvistică și semiologie, plecând de la definiția semiologiei ca „știința care studiază existența semnelor în cadrul vieții sociale”? Există posibilitatea de a analiza cultura din punct de vedere semiologic? În sfârșit, în virtutea căreia legitimități limba este instrumentul cu ajutorul căruia sunt interpretate alte sisteme de semne?

Au fost multe răspunsuri, foarte diferite și contradictorii. Schematizând punctele de vedere opuse, Saussure credea că lingvistica este doar o ramură a semiologiei, ea însăși fiind o parte a psihologiei generale. În opoziție cu acest punct de vedere, Claude Lèvi-Strauss și Roland Barthes acordau un loc preeminent lingvisticii. Primul a acordat lingvisticii un loc excepțional, odată cu revoluția provocată de fonologie, domeniul care a avut un rol inovator în științele sociale⁷. În această optică, Lèvi-Strauss a studiat termenii de rudenie în același mod în care sunt studiate fonemele deci ca elemente constitutive ale semnului lingvistic: și unele și altele au semnificație cu condiția de a se integra în sistem. Barthes a conturat încă și mai clar preeminența acordată lingvisticii. Opus lui Saussure, care făcea din lingvistică o parte integrantă a științelor semnului, Barthes admite chiar posibilitatea ca lingvistica să devină știința numărul unu între științele având în centrul preocupărilor cercetarea semnificației fenomenelor umane. Lingvistica devine astfel, în acest proiect epistemologic, elementul care face să sublinieze unitatea cercetărilor

Limbajul ca fenomen cultural

antropologice, sociologice, psihanalitice și stilistice în jurul conceptului de semnificație⁸.

Aceste perspective s-au dezvoltat ulterior în diverse analize, cu rezultate inegale în ceea ce privește modurile de expresie culturală (cinematograful la Christian Metz, moda și publicitatea la Roland Barthes, poetica la Tzvetan Todorov și chiar discursul pacientului în psihanaliză la Jacques Lacan). Nu vom aborda în mod direct aceste analize, ambiguu clasate în categoria structuralism, decât poate pentru a remarca plasarea noțiunii de semn, organizat în sistem, în centrul reflexiei lor.

CULTURA CA ANSAMBLU

De un secol încoace, cultura a fost definită ca obiect de cunoaștere. Chiar dacă studiul culturii a fost aplicat inițial societăților primitive, curentul de cercetare s-a dezvoltat dintr-un mod de gândire avându-și izvoarele în cultura occidentală. Ulterior, rezultatele obținute în studiul societăților omogene și „fără istorie” s-au proiectat asupra societăților stratificate și industrializate. Dacă într-o primă etapă evoluționismul s-a dezvoltat în paralel cu teoriile darwiniste, s-a stabilit, apoi, o linie de continuitate între lucrările despre societățile contemporane și culturile primitive.

Edward B. Tylor susținea ca idee forte, în 1871, în „*Primitive Culture*”, principiul supraviețuirii stadiilor anterioare ale civilizației în societățile cele mai avansate. El pleca de la observații bazate pe similitudinile dintre credințele și instituțiile diverselor societăți, care, susținea el, demonstau o anumită unitate psihică a omului de-a

lungul timpului. Istoria umanității se prezenta, în conformitate cu acest punct de vedere, sub forma unei serii lineare de instituții și convingeri. În acest moment, singura care permitea atunci studiul diferitelor stadii ale culturii și implicit al conceptului de „relicvă“, era metoda comparativă, devenită ulterior instrument de analiză științifică. Din acest unghi, modurile de supraviețuire ale unor instituții și comportamente astfel definite de Tylor reprezentau dovezile unei culturi străvechi⁹.

Consecința acestei atitudini evoluționiste, care refuză ideea rupturii între culturile diferitelor epoci și locurile lor de manifestare, este chiar afirmarea ideii de unitate globală a culturii. Prima care a abandonat teoria evoluționistă a fost antropologia anglo-saxonă, care, totuși, a păstrat ceva: ideea că fiecare cultură este un tot unitar și că, în interiorul acesteia, fiecare instituție trebuie înțeleasă în raport cu ansamblul din care face parte. Însuși conceptul de „relicvă“ a fost modificat. Reluat de adepții difuzionismului, acesta a fost redefinit ca fiind o trăsătură culturală care nu mai corespunde mediului său. Mai mult static decât funcțional, difuzioniștii l-au identificat ca având o funcție care distonează în cadrul culturii ambiante.

Revenind la concepția globală asupra culturii, ea nu se bazează pe analogia directă cu limba, care este „*un tot solidar*“, după cum susținea Saussure. Un alt punct de vedere vine să completeze discuția: școala funcționalistă, prin Bronislaw Malinowski, a contestat, la rândul ei, conceptul de „relicvă“, dar ideea de totalitate a rămas. Conform acestei școli, fiecare instituție satisface o nevoie particulară a societății, iar „*cultura este un tot indivizibil care conține instituțiile care, deși sunt autonome, comunică între ele*“¹⁰. Plecând de la conceptul de instituție, văzută

ca un segment izolat extras din realul concret, Malinowski evidențiază perspectiva prin care cultura poate fi privită ca fenomen de comunicare.

Atunci când Sapir neagă existența culturii, numind-o „o pură ficțiune statistică“, o raționalizare de etnolog, el pune accentul pe necesitatea distingării punctului de vedere al observatorului de fenomenul însuși¹¹. Aceasta nu înseamnă că fenomenul cultural nu există, însă cultura trebuie înțeleasă prin universul de semnificații pe care fiecare și-l poate construi cu ajutorul relațiilor sale cu alții și cu lumea.

Antropologia culturală americană este cea care a dezvoltat concepția culturii globale în care, întregul este immanent părților. Ideea este valabilă atât pentru analiza culturii, cât și pentru cea a societății. De exemplu, Clyde Kluckhohn vorbește despre totalitatea organică, Ralph Linton despre configurație, iar Margaret Mead acordă culturii o putere unificatoare, dată printr-o personalitate standardizată. Operația teoretică prin care se produce globalizarea culturii se fondează pe definirea unei unități elementare, diferențiale, ce caracterizează fiecare cultură. Chiar cu aceste precizări, noțiunea de globalizare este departe de a clarifica raporturile între o formațiune socială și expresiile multiple pe care aceasta le generează. A trece de la ideea totalității, care definește cultura la ideea de sistem, care caracterizează limba, este un salt conceptual nejustificat. Susținerea ideii de globalizare este mai degrabă o constatare pragmatică și nu determinarea unui sistem de combinări sau de articulări care să permită găsirea semnificației fiecăruia din elemente în conexiunile lor reciproce. De aceea, această definiție totalizatoare face din cultură o intersecție epistemologică care nu ar putea avea un sens decât cu prețul unei analize care să fie locul confruntării și al conjugării unui ansamblu

de discipline: sociologie, psihanaliză, etnologie, lingvistică, istorie, estetică, etc.

Un alt element demn de semnalat în operarea distincțiilor dintre cultură, limbaj și societate este o reflecție filosofică asupra culturii, semnalată, printre alții, de Ernst Cassirer, care și-a propus cercetarea invariantelor prezente în mit, artă, religie, limbaj. Pentru Cassirer, omul este un „animal simbolic” care își organizează experiența cu ajutorul formelor culturale simbolice; simbolul exprimă, deci, invariata. Limbaajul, în această viziune înglobantă, impune permanența, cristalizează și ordonează lumea instituțiilor și devine centrul funcției simbolice. Conștiința elaborează astfel un univers exprimat prin forme culturale care au un sens, stau sub semnul sensibilului, fiind mărturia permanenței simbolului. Filosofia trebuie, deci, în conformitate cu această viziune, să releve unitatea unei funcții care coordonează toate creațiile omului, de altfel, tot atâtea variații pe aceeași temă.

CULTURA: SISTEM DE SEMNE?

Studiul fenomenelor culturale a avut ca obiect mai ales modurile de manifestare (comportamente, rituri, mituri, obiecte artistice), având argumentul substanțialității lor și al materialității semnelor culturale. Întrebarea este în ce măsură cultura poate fi analizată în cadrul structurilor formale de genul celor incluse în sistemul relațiilor de rudenie sau al miturilor. Continuând interogația în alți termeni, în ce măsură pot fi identificate elemente discrete, izolare, care se prezintă ca unități diferențiale și opuse, așa cum sunt cuvintele limbii? Conceptul de semn poate

fi aplicat culturii?

Cultura este, cu siguranță, purtător de semnificații, în manifestările sale diverse, dar aceste semnificații nu au valoare decât prin raportare la unitatea culturii. Rămânând cu analiza în plan general, este clar că elementele unei culturi formează totalități complexe, care sunt încărcate cu semnificație mai ales prin prisma raporturilor pe care le au între ele. Dar ne îndreptățesc toate acestea să afirmăm că este vorba despre un sistem de semne?

Rolul semnului este de a reprezenta, de a fi ceva care stă în locul altcuiva, evocându-l cu titlu de substitut. Dacă ne limităm la această definiție a semnului, care datează din antichitate, devine clar că semnele care alcătuiesc cultura sunt de natură diversă: semne lingvistice, semne de politețe, semne vizuale, semne gestuale, etc. Dar aceste semne diferite se disting prin modul lor operațional de a fi, prin domeniul care le validează, prin natura lor și tipul de funcționare, variabile care nu sunt nici stabile, nici omogene, așa cum sunt semnele lingvistice. Este de remarcat aici aportul fundamental al lui Saussure de a conceptualiza natura și fundamentul semnului lingvistic. Dacă arbitrarul semnului lingvistic rezultă din asocierea unei părți materiale, semnificantul, cu o parte psihică, semnificatul, înseamnă că asocierea semnificantului și semnificatului, care nu pot exista unul fără celălalt, stabilește un raport convențional cu obiectul desemnat. În acest context, este demnă de amintit definiția lui Saussure asupra semnelor lingvistice, chiar dacă obiectul interogației noastre sunt semnele culturale: „semnele în întregime arbitrar realizează mai bine decât altele idealul procedurii semiologice; de aceea limba, care este cel mai complex și cel mai răspândit sistem de expresie, este cea mai caracteristică din toate”¹².

Plecând de la această definiție, devine evident că problematica semnului din perspectivă lingvistică nu este sub nici o formă operațională în ceea ce privește cultura ca globalitate, și aceasta din trei motive esențiale.

Primul este acela că semnele culturale, spre deosebire de semnele lingvistice, sunt non-convenționale sau analogice, având un anumit grad de asemănare cu obiectul pe care îl desemnează.

Al doilea motiv se referă la semnificația semnelor culturale, care se stabilește în funcție de realitatea în cadrul căreia ele prind viață. Căci este evident că multe acte sau comportamente culturale nu au sens decât prin raportare la circumstanțe sau la modele culturale din lumea socială pe care le desemnează. Aspectul menționat nu se referă la semnul lingvistic care își găsește semnificația în interiorul ordinii limbii, care exclude referentul domeniului semnificării.

În sfârșit, al treilea motiv se referă la activitatea expresivă și comunicativă în sine. Efectele vorbirii, și, în general, actele de comunicare, nu depind doar de structura limbii sau de ordinea proprie modului de comunicare. Actele vorbirii concretizează o intenție grație fenomenului enunțării, pe care îl vom examina mai departe și care este caracterizat prin angajarea fizică, psihologică și afectivă a subiectului în actul comunicării.

GLOBALITATEA-REZULTAT AL INTERACȚIUNII FENOMENELOR

Eficacitatea vorbirii este, ca și semnul cultural, un rezultat al condițiilor extra-lingvistice. După Pierre Bour-

dieu, puterea cuvintelor nu stă doar în cuvinte și „*autoritatea lor se aplică și limbajului exterior*”¹³. Această exterioritate a limbajului nu se situează în instituția pe care o delegă puterea sa locutorului; ea se regăsește, de asemenea, în investiția pe care o face locutorul și în suportul tehnic care vehiculează vorbirea.

În ceea ce privește fenomenele culturale, semnele nu-și conturează sensul doar prin simpla combinare și referință la lumea reală. Trebuie să amintim, în complementaritatea afirmațiilor anterioare, intuițiile lui Marshall McLuhan care atribuie tehnicilor de comunicare un rol fundamental în prelungirea capacităților senzoriale ale indivizilor. Apariția unei tehnici noi, fie că a fost scriitura alfabetică, stampa, tipografia sau imaginea provoacă în cultură raporturi noi de sens¹⁴, afirma McLuhan. Pe de o parte, odată cu alfabetul și tipografia, teoria a ocupat un loc dominant în artă, făcând diferență între sensul tactil și auditiv. Pe de altă parte, M. McLuhan susținea ideea că limbile pot fi considerate o prelungire sau o expresie a tuturor sensurilor pe care le atribuim. Astfel, una din cele mai importante concluzii ale sale a fost că scriitura ca și formă fixată a limbii „*afectează direct vorbirea, nu numai în sintaxa și morfologia sa, ci chiar și în enunțarea și utilizările ei sociale*”¹⁵.

Jack Goody a prelungit aceste considerații despre relația dintre tehnică și comunicare, indicând în „*Raison graphique*” cum schimbările în sistemul de comunicare au, necesar, efecte asupra conținuturilor transmise¹⁶. Reflecția antropologică a lui Goody urmărește rezultatul modificărilor introduse de tehnica scrisului în realitățile culturale, atât în planul producției, cât și în planul difuzării. Dacă lingvistica nu se preocupă din principiu de

efectele diferite asupra modurilor oral și scris, dacă sociologia are tendința de a neglija studiul dezvoltărilor tehnice privind actele de comunicare, analiza culturală vine să facă o punte de legătură între fenomenele societății, produsele lor și instrumentele producției culturale.

Concluzionând asupra dimensiunii globale a culturii, se poate spune că această dimensiune nu rezultă dintr-un sistem de semne, ci mai ales din interacțiunile între modurile de gândire, mijloacele de comunicare și reprezentări (conținuturi și forme). Dacă limba este un factor care intervine pentru a construi această globalitate, este pentru că noi nu am avut niciodată de-a face cu modurile de expresie, comportamentele, ritualurile, mai general spus, cu fenomenele culturale, decât prin modul în care vorbim despre ele. Limba prezintă o particularitate pe care doar ea o posedă: este interpretantul societății și al oricărui sistem semnificant, după cum scria Benveniste într-un articol fundamental. Fără limbă, pare într-adevăr imposibilă descrierea societății sau înțelegerea culturii. Căci nici un alt sistem nu dispune de o limbă a sa în care se poate categorisi și interpreta, în timp ce limba este capabilă să interpreteze orice, chiar pe sine însăși. Această importanță proprietate rezultă din natura sa, având o dublă semnificație: semnificația semiotică a semnului lingvistic și cea semantică rezultată din sensul enunțului și care nu se datorează juxtapunerii semnificațiilor cuvintelor. Distincția anterioară este esențială, permițând „depășirea noțiunii saussuriene de semn ca principiu unic, de care depinde în același timp structura și funcționarea limbii”¹⁷.

Afirmația conduce în cadrul demersului nostru la diferențierea, în ansamblul fenomenelor culturale semnificante, a acelor care au o pronunțată încărcătură

semiotică (în cadrul cărora se pot defini unități semnificante – semnele) și a acelor care relevă o semantică pronunțată, producătoare de sensuri fără a fi organizate în sisteme de semne. De exemplu, muzica poate fi considerată ca un sistem având o sintaxă rezultată din legile compoziției, producătoare de sens, instituind relațiile între auditori și muzică, între auditori, între forma muzicală și societate, având semiotica lor, nefiind semnificante prin ele însele. Aspectul cel mai important al analizei culturale este, din prisma comunicării, deschiderea față de sens, considerat ca raport social într-o lume a enunțării.

DINCOLO DE LIMBAJUL ARTICULAT

Privit ca o componentă a culturii, limbajul nu mai poate fi limitat doar la aspectul său ca parte articulată a limbilor naturale. Căci, uneori, oamenii comunică între ei și altfel decât prin cuvinte. Gesturi, imagini, sunete joacă un rol important, diferit în funcție de cultură, iar comunicarea non-lingvistică nu apare doar în domeniul artelor. Mai general spus, acest tip de comunicare permite comunicarea emoțiilor, organizează reprezentarea sinelui și localizează individul în cadrul activităților sale sociale.

Examinând mijloacele și procedeele de comunicare ce modelează relațiile interpersonale, care permit înțelegerea și transmiterea conținuturilor culturale, trebuie definit termenul „influență”. Cel mai adesea, el este utilizat pentru a explica procesul de învățare prin socializare, în receptarea comunicării de masă sau pentru a puncta confluențele dintre diferitele curente artistice, deoarece procesul de influență intervine în organizarea percepției, în transmiterea moș-

tenirii culturale sau în desfășurarea relațiilor interculturale. Noțiunea trebuie totuși abordată cu precauție, mai ales dacă este considerată din punct de vedere mecanicist, care stabilește o legătură cauzală între un fenomen (identificat ca fiind cauza), care exercită influențe pentru a produce fenomene rezultate, care sunt efectele. Întregind expunerea, psihosociologul Gabriel Tarde (a doua jumătate a secolului al XIX-lea) susține că raportul social între doi indivizi, precum și relațiile din interiorul unei societăți, dintre civilizații se construiesc prin imitație sau contra-imitație. Deși complex, acest proces există prin influență, chiar dacă este vorba de moduri diferite de manifestare: de sugestie, de propagare sau de contact.

De fapt, un număr important de autori consideră influența ca fiind fundamentul comunicării, în timp ce alții, precum Michel Crozier, considera noțiunea de putere ca relație de influență. Din perspectivă culturală, influența este în centrul procesului care reglează raportul între cultură și indivizi, în timp ce psihologia socială susține reciprocitatea relației de influență, privită din perspectiva relațiilor între personalitate și mediul social înconjurător.

În centrul teoriei susținute aici este ideea că influența nu se exersează niciodată decât în cadrul unei relații, noțiunea complementară celei de influență, care este centrală în fenomenele de cultură și în cele de comunicare. Pentru antropologul Gregory Bateson, conceptul de comunicare ar trebui să conțină toate procesele prin care indivizii se influențează unii pe ceilalți; poziția științifică ce decurge de aici este centrată pe observarea relațiilor umane. În pragmatica comunicării, începând cu școala de la Palo Alto se merge chiar mai departe: nu poți să nu comunici în cadrul relațiilor interpersonale, așa cum nu este posibilă non-influența asupra celorlalți implicați în

comunicare. Conform acestui curent teoretic, comunicarea este conținut și relație.

Acest punct de vedere asupra relației este, de altfel, și cadrul în care s-au dezvoltat teoriile interacționiste care consideră societatea în termeni de acțiune reciprocă și de relații, cuplu de noțiuni care este prezent și în capitolul următor care se referă la conceptul de comportament, ca fundament al cuturii și ca unitate elementară a procesului de comunicare.

Note

1. DE SAUSSURE, F., *Cours de linguistique générale*, ediție critică coordonată de Tullio de Mauro, Payottheque, 1974.
2. Ibid, p.23
3. Ibid, p.25
4. BENVENISTE, E., *Problèmes de linguistique générale*, Gallimard, vol.1, Paris, 1966, vol. 2, 1974.
5. Ibid, vol.1, p. 30.
6. SAPIR, E., *Anthropologie*, Minuit, Paris, 1967, p. 40.
7. LÉVI-STRAUSS, Cl., *Anthropologie structurale*, Plon, Paris, 1958, p. 39.
8. BARTHES, P., introducere în *Eléments de sémiologie* în *L'aventure sémiologique*, Le Seuil, Essais, Paris, 1985.
9. TYLOR, E.B., *Primitive Culture*, J. Murray, Londra, 1871.
10. B. MALINOWSKI, *Une théorie scientifique de la culture*, traducere din limba engleză, Maspero, Paris, 1968, p. 39.
11. SAPIR, E., *Anthropologie*, op.cit, pp.87-102

44 *Limbajul ca fenomen cultural*

12. DE SAUSSURE, F., *op.cit.*, p. 101

13. BOURDIEU, P., *Ce que parler veut dire*, Fayard, Paris, 1982, p. 105.

14. MC LUHAN, M., *La galaxie Gutenberg*, vol. 1, traducere din limba engleză, Gallimard, Paris, 1977.

15. MC LUHAN, M., *op.cit.*, p.80.

16. GOODY, J., *La Raison graphique*, traducere din limba engleză, Minuit, Paris, 1979.

17. BENVENISTE, E., *La sémiologie de la langue*, în *Problèmes de linguistique générale* vol. 2, pp. 43-66.

2

Cultura este comunicare

Elementele constitutive ale culturii și factorii comunicării au trăsături comune. Cultura este un ansamblu complex și extrem de diversificat de reprezentări și de obiecte organizate prin relații și valori: tradiții, norme, religii, arte. Transmiterea produselor gândirii în cadrul a numeroase generații, ca și difuzarea valorilor, precum și efectele comportamentelor rezultă din desfășurarea actelor de comunicare. Cele două determinări reciproce, cultura ca act de comunicare și limbajul ca modalitate de transmitere și de interpretare a formelor culturale, vor fi reperele care vor ghida prezentarea de mai jos.

În acest capitol vom examina modul în care științele omului definesc domeniul cultural și în ce mod, pe această bază, acestea se raportează la natura procesului comunicării, care transmite moștenirea culturală și reglează relațiile sociale.

ȘTIINȚELE UMANE ȘI FAPTELE DE CULTURĂ**Antropologia**

Antropologia culturală se preocupă, în sensul strict al cuvântului, să dea o interpretare teoretică faptelor de cultură, încercând să depășească aspectul important al diversității culturilor și să definească trăsăturile comune ale oricărei vieți în grup. Antropologia culturală, ca știință a omului și a producțiilor sale, trebuie distinsă de așa-numita antropologie „fizică”, ce studiază omul în cadrul realității sale fizice.

Emile Durkheim, făcând distincția între sacru și profan, acorda un statut simbolic obiectelor sacre; teoria „conștiinței colective” elaborată de el însuși apărea ca o teorie a formelor simbolice. În 1924, Marcel Mauss îmbogățește demersul respectiv, interogându-se asupra aspectului simbolic al faptului social, interpretând fenomenele implicând darul și magia. Doisprezece ani mai târziu, Ruth Benedict definea antropologia culturală drept „știință a obișnuințelor”, în cartea sa referitoare la „modele culturale” (traducere destul de ambiguă din limba engleză a sintagmei „Patterns of Culture”) este susținută ideea că societatea se exprimă simbolic prin tradițiile și instituțiile sale, idee care apare de altfel și în lucrările lui Marcel Mauss. Etnologia, studiind socialul în termeni care definesc relația sa cu umanul, realizează o punte de legătură între antropologie și sociologie.

Sociologia

Sociologia postulează că, în existența lor, faptele sociale se supun principiului ordinii și inteligibilității. Părintele sociologiei moderne este fără nici o îndoială

Auguste Comte, care, nu numai că a făcut să se nască termenul, dar a și conceput-o ca pe o știință care trebuie să construiască faptele sociale ca specifice și ireductibile la alte fenomene. Comte acordă o mare importanță artei și activității estetice; pentru el, limbajul și, mai general spus, logica sentimentelor, a semnelor și a imaginilor determină absorbția individuală a cunoștințelor și natura comunicării sociale. Preluând formula lui Emile Durkheim, care se situează în prelungirea pozitivismului lui Auguste Comte, sociologia trebuie să examineze „faptele sociale ca și cum ar fi lucruri”. În ceea ce privește strict faptele de cultură, acestea trebuie să se preocupe de complementaritatea între psihismul individual și structura socială. De altfel, după cum sugerează M. Mauss, obiectul sociologiei este de a recompune întregul, deși „faptul social total” pune în legătură socialul și individualul, pe de o parte, precum și psihicul și fizicul, pe de altă parte. De unde importanța pe care Mauss o acorda raporturilor între psihologie și sociologie, considerate drept științe antropologice, prima servind-o pe a doua în ceea ce privește, de exemplu, reprezentările colective și comportamentele sociale care le corespund.

Sociologia psihologică

Această disciplină se poate suprapune antropologiei culturale, din momentul în care s-a dezvoltat în Statele Unite la sfârșitul anilor '30, odată cu punctul de vedere al lui Ralph Linton. Acesta reformulează dezbaterile asupra raporturilor între individ și cultură. Pentru sociologia psihologică, care este una din componentele sociologiei, societatea este o realitate primordială, deoarece nu există cultură acolo unde nu există societate. Sociologia psiho-

logică studiază societatea concretizată în comportamente, psihologicul fiind astfel subordonat socialului. Este extrem de evident faptul că întrebându-se asupra modului în care individualul se regăsește în social, accentuează influența pe care sociologia psihologică o are asupra relației între cultură și comunicare. Cultura examinată ca totalitate se transmite și se interiorizează prin aportul învățării, al aculturației și al integrării sociale.

Psihologia socială

Psihologia socială studiază comportamentul individului în cadrul grupului, considerând mediul persoanei ca un reper psihologic și nu ca un mediu în sine din punctul de vedere al observatorului. Deci, în cadrul relațiilor interpersonale, psihologia socială examinează atitudinile și procesele de comunicare. Ea apare în prima treime a secolului al XX-lea, odată cu punctul de vedere al cercetătorului George Herbert Mead, care consideră comportamentele indivizilor ca elemente ale unui întreg – grupul – și integrează interacțiunile sociale în structurarea lor simbolică. Acest curent se dezvoltă apoi, în special, în Statele Unite ale Americii, odată cu dezbaterile noțiunilor de rol și de personaj. Importantă în cadrul acestui demers este, pentru discuția noastră, dimensiunea comunicatională a unui mare număr de puncte de vedere din interiorul psihologiei sociale sau inspirate de aceasta. Teoria comunicatională a intersubiectivității la Mead: analiza mass-media dintr-o perspectivă psihologică funcționalistă fondată pe principiul „uses and gratifications” (al satisfacerii nevoilor indivizilor). În sfârșit, ar mai fi de amintit etnometodologia, care pune accentul pe practica cotidiană

rezultată din interacțiuni, pe interpretările participanților și pe situația contextuală.

Estetica

Se poate spune că estetica s-a născut odată cu Immanuel Kant prin a sa „*La critique de la faculté de juger*” (*Critica rațiunii*). Într-adevăr, textul examinează condițiile în care se manifestă subiectivitatea gustului, stabilind o relație între facultățile inteligibile și sensibile. Estetica introduce subiectul asociind motivația gustului cu rațiunea umană. Odată cu estetica este mai puțin vorba despre interogația asupra plăcerii sensibile permise de imaginație. Fără a evoca efectele gândirii lui Kant în studiul formelor simbolice sau în evoluția diferitelor orientări ale esteticii, trebuie remarcat că ea dă naștere esteticii sociologice. Obiectivul acesteia este de a studia arta în cadrul funcției sale sociale, adică de a evalua capacitatea sa de a socializa ceea ce este mai individual în om: senzații, percepții, sentimente. Este de precizat că nu poate exista o abordare serioasă asupra sociologiei estetice dacă nu sunt examinate modalitățile de comunicare ale artei.

DIFERITELE ACCEPȚIUNI ALE CULTURII

Natură și cultură

Accepțiunea cea mai generală opune noțiunea de *cultură* aceleia de *natură*. Ceea ce înseamnă ceva dobândit opus a ceva înnăscut. Malinowski își asumă această dualitate, definind cultura ca „*totalitate în care intră*

instrumente și bunuri de consum, hărți organice reglând diverse grupuri sociale, idei, artă, credințe și tradiții"¹.

Această viziune generoasă admite, deci, că odată cu cultura, omul își creează „al doilea mediu“, care ridică numeroase întrebări filosofice și epistemologice. Sunt de semnalat câteva remarci în legătură cu această afirmație.

Însăși noțiunea de cultură comun admisă de antropologia culturală poartă în ea noțiunea de globalitate; în sens antropologic, tot ceea ce este omenesc și încărcat cu semnificație este o parte integrantă a culturii.

Acest tip de demers ridică chestiunea universalului în interiorul naturii umane, care este, de altfel, chestiunea centrală și esențială a antropologiei. Pentru sociologia psihologică, de exemplu, natura umană este studiată plecând de la noțiunea de motivație. Indiferent cum este exprimată, în termeni de instinct sau de nevoi, motivația apare ca un impuls natural anterior socializării. Malinowski consideră că analiza culturală trebuie să facă distincția între ceea ce este supus legilor universale și să determine raportul între actul cultural și nevoia umană, care poate fi elementară sau derivată. Nevoile fiziologice, considerate primare, și cele psihice, derivate, sunt definite de Linton prin caracterul lor universal, făcând abstracție de determinările istorice și sociale. Abraham Kardiner va aduce o explicație de sorginte psihanalitică, folosindu-se de noțiunea freudiană de „pulsivitate“, și în mod special de aceea de „libido“, dar universalul naturii umane este în permanență pus în discuție, indiferent de denumirea termenului.

Psihanaliza este un instrument de analiză a cărui ignorare face dificilă cercetarea asupra totalității sensului și asupra formelor pe care le iau actele umane, căci ea

aduce, de fapt, înțelegerea faptelor psihologice. Acestea nu sunt percepute ca lucruri, ci ca aspecte diferite ale actelor subiectului. Raporturile între psihanaliză și antropologia culturală sunt complexe, dar importanța operei lui Freud este evidentă, prin accentul pus pe reinterpretarea sumei producțiilor psihice care aparțin culturii: religie, morală, artă.

Se poate ridica în acest fel, pe un dublu plan, problema eficienței psihanalizei în cadrul analizei culturii: sunt procesele primare ale inconștientului operaționale în înțelegerea producțiilor culturale diferite de cele exprimate prin limbaj? Conceptul „inconștient“ nu riscă să se banalizeze și să-și piardă identitatea conceptuală în utilizările exterioare domeniului terapiei psihanalitice? Este cazul lui Kardiner, care, în reprezentarea conceptelor freudiene, reduce distanța dintre conștient și inconștient².

Opoziția între natură și cultură este mult prea generoasă pentru a fi operațională în planul analizei culturale; în acest context, cultură ar putea fi tot ceea ce este încărcat cu sens. De fapt, însăși definiția sensului este ambiguă, având în mod egal două accepțiuni. Prima, semiotică, concepe sensul ca pe un raport între o manifestare perceptibilă și ceea ce desemnează acea manifestare. Cea de-a doua accepțiune, semantică, echivalează sensul cu un raport social. Astfel că, prin opoziția sa cu natura, cultura se definește mai degrabă ca un conținut rezidual, adică ceea ce nu este înăscut, decât ca un conținut pozitiv. Concepția enunțată mai sus face, de aceea, delicată determinarea culturalului într-o lume care este materială, imaginară sau într-o lume a relațiilor interpersonale. Nu este ușor de evidențiat, în societățile contemporane tot ceea ce nu este produs cultural. Ba chiar această opoziție (tot

ceea ce nu este natură este cultură) poate conduce la o confuzie între natura umană și condiția umană. Cercetătoarea Hannah Arendt analiza această chestiune la nivelul muncii, creației și acțiunii, considerându-le ca produse istorice ale activității umane și ale factorilor de existență³. Lumea în care se desfășoară viața activă conține obiecte produse de oameni, care determină relațiile între ei: tot ceea ce ei întâlnesc, ca și rezultatele activității lor se schimbă în funcție de condiția existenței lor.

Definiția enunțată mai sus este purtătoarea unei concepții extensive asupra fenomenelor comunicării, conform căreia toate fenomenele de relație și de transmitere care permit perpetuarea culturii grupului sunt considerate ca fenomene de comunicare. Adaptarea la mediu a omului, procesul de stăpânire a naturii, și, în general, marile unități semnificative ale faptelor umane intră în categoria faptelor de comunicare.

Tehnică și cultură

O altă accepțiune, mai restrictivă, conduce la reluarea opoziției din filosofia greacă între *praxis* (raportul între oameni) și *tekhnê* (raportul între oameni și lucruri). Culturalul se opune, în acest context, tehnicului și regrupează credințe, rituri, norme, valori, modele de comportament: „Cultura unui grup, conform punctului de vedere antropologic, nu este altceva decât inventarul tuturor modelelor sociale ale comportamentelor manifestate de toți sau de o parte a membrilor săi. Veritabilul loc de manifestare al culturii se află la nivelul interacțiunilor individuale și, pe plan subiectiv, universul semnificațiilor construite de fiecare în relațiile cu ceilalți”⁴.

Definiția antropologică pe care Sapir o dă culturii, fără a ignora însă dimensiunea acțiunii asupra naturii și asupra

lucrurilor, nu include tehnica în mod direct. Antropologia a fost și a rămas insensibilă la materializarea culturii prin tehnică. Lucrările lui André Leroi-Gourhan dovedesc acest lucru, iar accentul pus pe dinamica relațiilor interpersonale, a condus la câteva importante remarci referitoare la fenomenele de comunicare.

Punctul de vedere care susține recunoașterea culturii în intersubiectivitate afirmă, de asemenea, că la individ se manifestă conștiința socialului doar prin raportare la prezența altcuiva. Astfel, individul proiectează și realizează norme sociale și modele culturale în modelul conversațional și în cel al prezentării de sine.

Fenomenele de comunicare vor fi examinate ca procese de influență reciprocă în cadrul relațiilor interpersonale. Acest tip de relație este mai puțin de tipul aceleia care se stabilește între două subiectivități, care duc în ele istorii personale; se poate vorbi, mai mult despre relație bazată pe un proces de stimul-răspuns, care organizează comportamentele și manifestările psihice. Acest punct de vedere, care a fost promovat de școala de la Palo Alto se limitează la a defini fenomenul de comunicare, realizat prin socializare, prin învățare sau în cadrul relațiilor în medii închise, cum este familia, ca pe un proces de răspunsuri condiționate de stimuli care pot fi identificați. Modelul comunicațional se definește atunci ca fiind un proces mecanic, cu o dinamică lineară, conform schemei simplificate: emițător-mesaj-receptor.

Cultură și personalitate

Odată cu sociologia psihologică, cadrul discuției se restrânge. În a sa „*Le fondement culturel de la personnalité*” („Fundamentul cultural al personalității”,

1945), Ralph Linton tratează cultura ca pe o „configurație a comportamentelor învățate și a rezultatelor lor, ale cărei elemente sunt împărtășite și transmise de membrii unei societăți date”⁵.

Accentul cade de această dată pe caracteristicile unei personalități construite, venind din interiorul unei colectivități, care favorizează integrarea individului în grup. Kardiner va prelungi ecourile acestei definiții, utilizând conceptul „personalității de bază”, model abstract care reprezintă configurația proprie membrilor unei societăți date. Această configurație se manifestă printr-un anumit stil de viață și prin anumite moduri de a face, care constituie punctul în care indivizii își dezvoltă specificitatea. Personalitatea de bază este traducerea în termeni psihologici ai culturii grupului, fiind matricea în care se modelează personalitățile individuale.

Comportamentul este, din această perspectivă, centrul funcționării culturii. Astfel, relațiile interpersonale ale individului în cadrul grupului au ca punct de plecare sentimentele de apartenență, de imagine a sinelui și de integrare în cadrul grupului. Acest punct de vedere este chiar unghiul de abordare al analizei practicate de aceia care inversează cauzalitățile și consideră comportamentul individului drept rezultatul sau manifestarea unei structuri care i se impune și îl transcende.

Este de notat, în cadrul raportului dintre individ și grup, distincția, clasică deja în sociologie, dintre comunitate și societate, care nu este de neglijat în demersul de prezentare a culturii. Comunitatea se definește prin legături afective puternice, o apartenență greu de schimbat, punerea eforturilor personale și a valorilor individuale în slujba acesteia. Societatea este, dimpotrivă, un cadru în care sunt

prezente interese individuale, contracte revocabile și legături afective slabe. Societatea industrială este însoțită de o dislocare a comunităților, fiind caracterizată printr-o cultură a cărei forță de coeziune se degradează, iar modurile de comunicare la scară mare afectează și izolează indivizii. Reversul medaliei este dezvoltarea micro-culturilor în jurul comunităților, odată cu slăbirea legăturii sociale micro-culturale, care pot fi capabile să aducă o solidaritate afectivă și efectivă pe care societatea în ansamblul ei nu o mai poate furniza.

Ținând cont de toate aceste afirmații, există mai multe planuri în care pot fi analizate fenomenele de comunicare.

Primul plan este al grupului: în situații de schimb, de dialog, de *leadership*. Acest aspect deschide un vast câmp al cercetărilor în comunicare, plecând de la relațiile interpersonale. De exemplu, curentul de cercetare având în centru relațiile umane este fondat pe analiza motivației și a satisfacerii nevoilor de recunoaștere și de apartenență la grup.

Al doilea plan este cel al relației individ-mediul, înțelegând prin ultimul termen inclusiv reprezentarea individului despre acesta. Este vorba, deci, de o perspectivă psihologică sau de o realitate în sine, așa cum apare observatorului exterior grupului.

Dimensiunea comunicării în cadrul comportamentelor din interiorul comunităților este obiectul unor lucrări importante, ca acelea ale lui Erving Goffman asupra reprezentării sinelui și a „reprezentării vieții cotidiene”. Goffman nu se interesează de individ și de psihologia sa, ci de relațiile care unifică acțiunile diverselor persoane: participanții unei interacțiuni se constituie reciproc în publicul celorlalți⁶.

Analizele empirice ale modului în care mediul acționează asupra individului caută să evalueze efectele comunicării asupra comportamentelor. Dimensiunea empirică provine din faptul că rezultatele lor sunt obținute prin studierea grupurilor experimentale construite exclusiv pentru îndeplinirea obiectivelor analizei. Un exemplu este Kurt Lewin proiectând conceptul de „formă”, împrumutat din teoria psihologică asupra grupului. Această teorie, aplicabilă în primul rând percepției sensibile, definește **forma ca totalitate**: părțile apar ca fiind dependente unele de altele în raportul lor la totalitate ca obiect al percepției primare. Lewin apreciază că grupul este relevant pentru ilustrarea conceptului *Gestalt* care susține că individul este o parte a grupului, iar comportamentul său este produsul specificității sale și al structurii grupului. Alte analize, în special cele care s-au dezvoltat în Statele Unite și după cel de-al doilea război mondial, referitoare la campaniile de influențare a opiniilor, s-au fondat pe grupuri artificial constituite și pe date cantitative⁷.

Cultură cultivată și cultură de masă

Odată cu apariția societății de masă (societate de producție și consum de masă) s-a putut opera și distincția între cultura cultivată și cultura de masă.

Prima noțiune consideră gustul și cunoașterea ca fiind produsele cele mai elaborate și mai legitime concretizate în obiectul artistic. Ea insistă asupra importanței operei artistice, concepută ca o înțelegere individuală a lumii, punct de vedere probat de înțelegerea experienței umane prin expresivitatea operelor culturale. Odată cu societatea industrială și nașterea industriilor culturale, distanța între cultura cultivată și formele de plăcere și divertisment s-au

accentuat. Cultura de masă este cea difuzată prin mass-media. Distincția este, evident, ideologică: ea opune, în planul valorilor, cultura clasică (ce poate fi transmisă tradițional) cu cea care produce și difuzează produse oferite prin industria divertismentului și care sunt destinate să fie consumate ca orice alte obiecte de consum.

Distincția mai-sus amintită poate fi analizată pe trei planuri. Primul se referă la evoluția istorică a societății. Apariția sferei publice în secolul al XVIII-lea permite ca un public luminat, cultivat să se constituie în opinie publică, construită printr-o utilizare publică a capacității de acțiune. Presa, saloanele literare și în general toate expresiile pe care le-a luat Iluminismul favorizează difuzarea și discutarea unei culturi a indivizilor sau a grupurilor, ale căror condiții de viață sau de muncă creează posibilitatea cunoașterii elevate. De remarcat că difuzarea noului mod rațional de a gândi a fost posibilă cu ajutorul mijloacelor de comunicare dominante în secolele XVIII-XIX (presa, teatrul, cărțile).

Mișcarea istorică și politică în urma căreia s-a născut societatea de masă se realizează, pe de o parte, în condițiile dezvoltării economice și industriale și ale democrației, pe de altă parte. Atâta timp cât societatea se reducea la câteva clase sociale definite, indivizii excluși din sânul acestora găseau forme de apartenență și forme culturale la ceea ce se poate numi cultură populară. Odată cu societatea de producție de masă, care apare progresiv în prima jumătate a secolului al XX-lea „societatea monopolizează cultura în propriile sale scopuri, cum ar fi poziția socială și calitatea”⁸. Cultura, în acest sens restrâns, apare ca una din armele cel mai bine adaptate pentru situarea și ascensiunea pe scara socială. Acest tip de instrumentalizare a culturii

face din ea o monedă simbolică, un semn al „distincției” preluând termenul utilizat de Pierre Bourdieu.

În sfârșit, cel de-al treilea plan al analizei este cel economic. Societatea de masă a deschis o nouă piață odată cu dezvoltarea tehnicilor de comunicare în masă, și anume aceea a divertismentului și industriilor culturale. Cultura difuzată de mass-media a devenit bun de consum, transformarea fiind posibilă prin apariția timpului dedicat divertismentului și dezvoltarea păturii mijlocii. Cultura de masă apare când societatea de masă achiziționează obiecte culturale. Pericolul nu era difuzarea masivă a acestor obiecte culturale (ca difuzarea audiovizuală sau colecția de tipul „Cartea de buzunar”). Dimpotrivă, masiva difuzare a contribuit la dezvoltarea culturală a societății, lucru posibil chiar neluând în calcul natura obiectelor în chestiune. *„Natura acestor obiecte este luată în discuție în momentul în care obiectele însele s-au modificat prin rescriere, condensare, filtrare sau reducere la starea de marfă proastă în scopul reproducerii sau punerii în imagini”*⁹ nota Hannah Arendt. Cultura de masă nu este o formă degradată de cultură datorită caracterului ei de masă. Ea devine astfel atunci când obiectele artistice desemnate tradițional sunt tratate prin logica producției și prin difuzarea masivă, devenind astfel simple obiecte cu o funcție care să răspundă exclusiv nevoilor plăcerii.

COD SAU EXISTENȚĂ?

Poate fi propusă și o altă paradigmă care distinge cultura ca manifestare singulară a individului sau consideră cultura drept un cod. Iar codul are următoarea definiție: este

ansamblul de reguli sau de simboluri care, prin convenție socială, organizează circulația informațiilor și a expresiilor.

În Franța ultimilor treizeci de ani, odată cu nașterea celei de-a V-a Republici și crearea unui minister al Culturii în 1959, opoziția a luat chiar semnificații politice, în măsura în care ea se referă la politicile culturale conduse de stat. Concepția conform căreia cultura este rezultatul experienței personale se fondează pe luarea în discuție a expresiilor individuale fără să existe întrebarea dacă aceste manifestări (lingvistice, plastice, sonore, etc.) se raportează la norme sau tradiții. Este clar, de exemplu, că demersul asupra culturii prin prisma noțiunii de personalitate pune accentul pe ceea ce este esențial în comportamentul individual al persoanei și ceea ce poate fi numit ordinea existențialului.

Cultura ca mod de formare individuală

Tema culturii ca mod de împlinire a vieții este o temă majoră care intră în discuție atunci când cultura apare ca o componentă firească a cetățeanului obișnuit, a „omului fără calități”, cum îl numea Musil. Sociologul german Georg Simmel a dezvoltat conceptul de cultură în primul sfert al secolului al XX-lea, pornind de la două noțiuni corelative: aceea a subiectului și aceea a obiectului¹⁰. Pentru Simmel, valoarea specifică a culturii nu are sens decât dacă cunoașterea, aptitudinile și sensibilitatea aduse de cultură contribuie la dezvoltarea psihismului individual. Omul este, deci, cultivat dacă eforturile sale conștiente și enunțabile pe care le face pentru a-și satisface propriile interese au o semnificație în construirea personalității sale. Acest mod de a vedea lucrurile conduce de la un psihism închis orientat către sine însuși la o unitate psihică ce se dezvoltă în raport cu lumea. Acest proces nu se îndeplinește

decât acolo unde ființa umană include în evoluția sa ceva care îi este exterior, denumit de Simmel „creații ale spiritului obiectiv”: arta, morală, știința, normele sociale, etc. Aceste creații sunt tot atâtea „stații” prin care subiectul trebuie să treacă pentru a câștiga această valoare specifică: cultura sa. Astfel, cultura nu poate fi înțeleasă decât la întâlnirea a două elemente care nu o conțin: dimensiunea subiectivă și spirituală a omului și creațiile obiectivate ale spiritului uman. Forța pe care o emană concepția lui Simmel constă în a nu separa cultura de viața individului, (văzută ca energia psihică ce conține propriul trecut și care determină procesele de voință, de intenționalitate) de vocație individuală. Ființa omenească, văzută în cadrul activității sale practice și sensibile așază în fața sa obiecte, forme și relații care fac din ea un sens și dau semnificație procesului vieții. Acest dualism al culturii formulat de Simmel în cadrul raportului dintre spontaneitatea acțiunii individuale și conținuturile obiective și normalizate este denunțat de Antonin Artaud în 1937 ca un „straniu paralelism între prăbușirea generalizată a vieții care se află la baza demoralizării actuale și grija unei culturi care nu a coincis niciodată cu viața, fiind născută spre a conduce viața”¹¹.

Cultura cotidiană

Ruptura între cultură ca mijloc prin care societatea ierarhizată menține un cod cu criterii bine definite în viața cotidiană și cultura existentă în viața cotidiană a devenit explicația-cadru a ceea ce s-au numit evenimentele din mai 1968, pe care Michel de Certeau le califică drept „revoluție simbolică”. Aceste evenimente au relevat modificările culturii: aceasta nu mai este rezervată doar persoanelor dintr-un anumit mediu, nu mai este stabilă și definită printr-

un cod recunoscut de toți. Justificarea selecției valorilor efectuate de elite prin cunoașterea unui cod, prin bun-gust, prin comerțul intim cu tezaurul operelor artistice și literare transmis prin tradiție formează obiectul unei ample dezbateri. Trebuie luat în calcul pentru discuția asupra culturii, a activității individului, a limbajelor, a valorilor, a transformării identității sale. De Certeau vorbea despre „cultura obișnuită” rezultată din practicile sociale care au o semnificație aparte pentru cel care le efectuează¹². În textele scrise între 1968 și 1980, de Certeau ilustrează dimensiunea existențială adusă de aceste „moduri de a face”. Cartea „*Inventarea cotidianului*” pune astfel în evidență activitatea culturală a non-producătorilor de cultură în cadrul unor operațiuni intitulate „tactică”. Activitățile individului care nu îi aparțin propriu-zis, care nu răspund la logica posesiunii unui domeniu de putere sau de relație alcătuiesc tactica. Individul aflat în poziție dominantă vrea să își impună propriul cod; el nu își poate cuantifica cuceririle printr-o strategie a puterii și își însușește, printr-o operațiune calificată de tip tactic, elemente eterogene ale culturii cultivate. De Certeau se folosește de exemplul lecturii pentru a arăta cum individul care nu posedă nici coduri culturale, nici cunoștințe poate, prin „braconaj” și „bricolaj” să efectueze o lectură specifică.

Interesul pentru cultura obișnuită pune în evidență procedurile de folosire a mijloacelor de expresie și de comunicare, deturnate de la modurile operaționale obișnuite sau legitime. Relația cu spațiul de locuit, fabricarea de obiecte estetice din materiale recuperabile, expresiile lingvistice sunt domenii în care omul obișnuit se poate instala în postura de enunțare care nu coincide cu utilizarea normei. Totodată, aceste practici nu trebuie considerate

modele care înlocuiesc cultura cultivată. Aceste practici se dezvoltă și sunt valorizate când societatea intră în conflict cu propriile sale sisteme de reprezentare, care își pierd stabilitatea și se rup de comportamentele efective ale membrilor societății. Cam acestea ar fi semnificațiile revoluției culturale din mai 1968, care a impulsionat în anii '70 practicile culturale care accentuau spontaneitatea, afectivitatea și creativitatea indivizilor.

INDIVIDUL: SUBIECT AL CULTURII, LOCUTOR AL COMUNICĂRII, ELEMENT AL UNEI INTERACȚIUNI

Este inevitabilă abordarea problemei personalității și a modurilor de expresie. Această dimensiune este fundamentală în analiza culturală, permițând joncțiunea cu procesele de comunicare. Într-adevăr, toate modelele de comunicare sunt obligate să ia în considerație prezența actorilor comunicării, cei care sunt la baza producției mesajelor și cei care le primesc. Referitor la identitatea socială a acestor actori, luând în calcul noțiunile de individ, subiect, persoană, personaj, rol definim tot atâtea categorii, diferite, ale unor moduri diferite de abordare a problemei.

Individul și grupul

Fenomenul cultural trebuie studiat în relația individului cu grupul. Cum deja am văzut, cultura nu există decât în manifestarea expresivă sau simbolică a unui subiect; fenomenul comunicării presupune un locutor, un subiect al enunțării, care folosește un limbaj comun grupului.

Comportamentul indivizilor nu are sens decât dacă se raportează la grupul social din care provin, dar, în replică,

comportamentul social nu este real decât în cadrul conduitelor individuale. Vorbind de comportament social, se face abstracție de componentele psihologice sau fiziologice ale individului. Comportamentul social se prezintă ca „*aranjare a elementelor de comportament individual; este vorba despre acelea care trimit la modele culturale neînscrise în continuitatea spațio-temporală a comportamentului biologic, dar situate în cronologiile istorice care impun conduita reală în favoarea principiului selecției*”¹³.

Studiind raporturile între personalitate și cultură, Sapir arată că diferența între comportamentul individual și comportamentul social nu este de esență, ci de repartizare. El actualizează o problemă fără răspuns: „*Individul creează cultura sau cultura îl creează pe individ?*”. Acest refuz al dilemei obișnuite în antropologie este echivalentul refuzului alternativei: individul sau societatea își impun caracterul unul altuia? Dihotomia individ-societate, accentuată în mod special de Durkheim, a permis reflecția asupra categoriilor gândirii, relevând cadre sociale, cum ar fi, de exemplu, „conștiință colectivă” sau „reprezentări colective”. Considerația asupra omului ca dublă personalitate, stabilită de Durkheim, este însoțită de o determinare cauzală. Ființa socială este, pentru Durkheim, realitatea cea mai înaltă în ordine intelectuală și morală, pe care o putem cunoaște doar prin observație. Acest dualism care vede în individ un produs social are ca efect neglijarea contribuțiilor individuale în activitățile intelectuale, ca și în actele de comunicare interpersonale.

Conceptul de personalitate

Conceptul de identitate a fost întărit de către științele umane. Totuși, filosofia, psihologia, psihosociologia, psi-

hanaliza nu fac apel la aceleași noțiuni pentru a defini personalitatea. Chiar ideea de persoană este departe de a fi înăscută și văzută în mod unitar în epoci și culturi diferite. După cum remarca Marcel Mauss într-un articol de fond, noțiunea este una din categoriile spiritului uman, născută și îmbogățită în cursul secolelor¹⁴. Noțiunea de Eu a existat în istoria socială sub diverse forme. Creștinismul i-a dat o bază metafizică, care nu a fost însă suficientă. Odată cu categoria Sinelui, noțiunea de persoană devine un termen al psihologiei. În prezent, este de menționat ruptura pe care psihanaliza freudiană a operat-o în cadrul noțiunii de Subiect, divizat în Eu și Supra-Eu. Concepția freudiană susține că atributele identității individuale nu sunt nici stabile, nici veșnice, fiind simple trăsături ca produs al istoriei și culturii, care se definesc în funcție de punctul de vedere proiectat asupra individului. Demersul identitar nu relevă doar o sumă de puncte de vedere interdisciplinare. Problematika identității oscilează între cei doi poli (identitate ca produs individual și cultural și o identitate a naturii umane universale).

Este esențial punctul de vedere al omului ca identitate culturală, căci ea determină un examen al identității determinate de grup și al celei constitutive a speciei umane. Problema identității se pune mai puțin în termeni de afirmație, cât, mai mult, în termeni de construcție. Căci între cultură și identitate există un raport de semnificare: amprenta culturală este un mod de existență al identității.

Relațiile interpersonale și Eul

Examinând interacțiunea între persoane (mediată prin limbaj și modalități gestuale), este posibilă determinarea personalității în termeni psihologici sau sociologici.

George Herbert Mead a propus un cadru conceptual, care era o nouă paradigmă în științele sociale, care renunța la modelul subiect-obiect al filosofiei conștiinței și la un demers psihologic al comportamentului. El studiază comportamentul individului în interacțiunea între două organisme care reacționează unul asupra celuilalt și exercită influențe reciproce, teorie cunoscută sub numele de „behaviourism social”. Pentru Mead, personalitatea omului derivă din apartenența sa la o anumită comunitate, din ale cărei instituții individul își asumă atitudinile și activitățile sale. Deci, sunt posibile reacții identice la indivizi din aceeași comunitate, iar în cadrul relației cu ceilalți, individul își construiește propriul său Eu: „Structura în jurul căreia se construiește Eul este o reacție comună tuturor, căci, pentru a fi un Sine, condiția este să fii membrul unei comunități”¹⁵.

Nu trebuie confundat conceptul de Sine definit de Mead cu noțiunea de Eu, așa cum apare ea definită în psihologie sau psihanaliză (definită ca o instanță a Subiectului în raport cu Supra-Eul).

Conceptul de Sine este, într-adevăr, produsul ajustărilor care se realizează datorită rolului jucat de individ în relațiile cu ceilalți. Sinele indivizilor este prezent mai mult în alții decât în ei. Definiția Sinelui nu depinde numai de voința sau demersul personal, ci trebuie acceptată și ratificată și de alții. Sinele este, de altfel, un efect de poziționare a individului în situații de interacțiune.

Cercetările lui Erving Goffman se situează în prelungirea acestei concepții. Mai aproape de Simmel și Mead decât de Durkheim, el definește societatea în termeni de acțiuni reciproce și de relații. Într-o „sociologie a circumstanțelor”, el studiază comportamentele minore și

interacțiunile obișnuite, așa cum apar în conversația și în relațiile directe. Ordinea socială, adică structura generală și acțiunea socială a indivizilor (cele două chestiuni clasice ale sociologiei) se articulează, în concepția sa, într-un cuplu vag, intermediat de conceptul Sinelui¹⁶. Cercetările lui Goffman sunt de un interes major în problematica raporturilor între cultură și comunicare. Într-adevăr, comportamentele individului sunt evocate în termeni de semnificare expresivă: semnele comportamentului se referă la o relație Sine-Sine, Sine-Celălalt, Sine-Instituție. Înseamnă, deci, că un comportament nu se mai relevă ca o structură psihologică, ci ca o relație între individ și ceilalți, în cadrul comunității contextualizată socio-cultural. Aceste comportamente, verbalizate sau non-verbalizate, se realizează în cadrul comunicării, fără nici o îndoială: comportamentele dezvăluie parțial intenționalitatea persoanei în cadrul acțiunii sale. După Goffman, interacțiunile fondate pe contacte și întâlniri realizează unitatea fenomenului cultural și comunicațional. Trebuie insistat asupra faptului că această unitate nu poate fi generalizată la ansamblul fenomenelor culturale, căci demersul lui Goffman se circumscrie strict relațiilor interpersonale.

Note

1. MALINOWSKI, B., „*Une théorie scientifique de la culture*”, traducere din limba engleză, Maspero, Paris, 1968, p. 35.
2. KARDINER, A., „*L'individu dans sa société. Essai d'anthropologie psychanalytique*”, traducere din limba engleză, Gallimard, Paris, 1969.

3. ARENDT, H., „*Condition de l'homme moderne*”, traducere din limba germană, Calmann-Lévy, Paris, 1983.
4. SAPIR, E., *op.cit.*, p.94
5. LINTON, R., „*Le fondement culturel de la personnalité*”, traducere din limba engleză, Dunod, Paris, 1986, p. 33.
6. GOFFMAN, E., „*Les rites d'interaction*”, traducere din limba engleză, ediția Minuit, Paris, 1974.
7. MIÈGE, B., „*La pensée communicationnelle*”
8. ARENDT, H., „*La crise de la culture*”, traducere din limba germană, Gallimard, Paris, 1972, p. 259.
9. ARENDT, H., *op. cit.*, p.267
10. SIMMEL, G., „*Conceptul și tragedia culturii*”, (în limba germană); traducere în limba franceză: „*La tragédie de la culture et autres essais*”, Petite Bibliothèque Rivages, Paris, 1988., pp. 177-215
11. ARTAUD, A., „*Le théâtre et la culture*”, prefață la „*Le théâtre et son double*”, Gallimard, Paris, 1964, p.9.
12. DE CERTEAU, M., „*La culture au pluriel*”, Bourgois, 1980.
13. SAPIR, E., „*Anthropologie*”, traducere din limba engleză, ediția Minuit, col. Points, Paris, 1967, p. 36.
14. MAUSS, M., „*Une catégorie de l'esprit humain: la notion de personne, celle de Moi*”, în *Sociologie și antropologie*, PUF, Paris, 1973, partea a 5-a.
15. MEAD, G.H., „*L'esprit, le soi et la société*”, traducere din limba engleză, PUF, Paris, 1963.
16. GOFFMAN, E., „*Les rites d'interaction*”, ed. Minuit, Paris, 1974.

3

Înțelegerea culturii. Semnificația comunicării

A EXPLICA ȘI A ÎNȚELEGE

A analiza faptele culturale în dimensiunea lor comunicațională implică un demers comun acelor științe umane cărora tocmai le-am arătat fundamentele și propunerile teoretice. Legitimătatea acestei perspective rezultă din natura fenomenelor; indiferent că este vorba despre ordinea socială, istorică sau că este vorba despre operele spirituale, aceste fenomene implică subiectul uman, angajat într-o relație și un mod de acțiune în interiorul cadrului social. Problema care se pune este aceea a statutului științific al științei. Cunoașterea și înțelegerea pe care științele umane le-au dezvoltat în legătură cu psihicul individului, pe baza semnelor direct înscrise în cadrul relațiilor interpersonale sau, indirect, în scriitură sau în obiectele artistice pot avea aceeași respectabilitate științifică așa cum au cunoștințele științelor naturii? Este evident că aceste două tipuri de științe nu acționează în același fel. Analiza culturii ridică

Înțelegerea culturii. Semnificația comunicării 69

două tipuri de probleme: pot fi considerate faptele umane și sociale ca lucruri, independent de criteriile pe care sunt constituite? Se pot distinge explicația și înțelegerea faptelor culturale ca două atitudini intelectuale posibile?

Explicația este un model al inteligibilității pe care l-au preluat științele empirice și analitice, model care s-a extins ulterior și în științele istorice prin intermediul școlilor pozitivistice. Problema înțelegerii se pune față de sensul istoric, față de textele care consemnează trecutul și, mai general, față de formele culturale. Dacă activitatea umană poate constitui obiectul unei înțelegeri, dacă celălalt poate fi cunoscut prin cunoaștere, înseamnă că toate acestea intră în rațiunea configurațiilor stabile în care se exteriorizează formele expresive manifestate în comportamente sau obiecte culturale. Opoziția între explicare, ca mod de cunoaștere a lumii fizice și naturale și înțelegere, ca posibilitate de a te pune în locul altcuiva sau ca o capacitate de a interpreta intenția care se manifestă în formele culturale ale trecutului, redeschide discuția despre demarcația între științele fizice și științele spiritului. Dezvoltarea lingvisticii și prelungirile pe care aceasta le-a luat în semiologie, structuralism, psihanaliză au contribuit la deplasarea acestei distincții, fapt care a determinat modificări profunde de-a lungul secolului al XX-lea.

Căile de acces spre înțelegerea culturii

Științele naturii se dezvoltă către construirea unui obiect al cunoașterii supus legilor. În cadrul acestei obiectivări a fenomenelor, omul încearcă să se excludă din cadrul procesului cunoașterii. Faptele se explică pornind de la ipoteze fondate pe legi, ipoteze care sunt supuse verificării experimentale.

Wilhelm Dilthey încerca, la începutul secolului nostru, să dea un statut științific și o metodologie științelor spiritului. Din punctul său de vedere filosofic, individul este centrul de unde se propagă fenomenele umane, iar psihologia apare ca știința care trebuie să fondeze cunoașterea producțiilor culturale. Deși psihismul nu poate fi cunoscut direct, intenționalitatea expresiei, sensul, permit totuși accesul la semnificația sa. Interconexiunea experienței trăite cu expresia ca produs al manifestărilor exterioare simbolice este calea de acces către înțelegere. Fenomenele culturii sunt trăite de individ, dar semnificațiile lor nu valorează decât într-un cadru istoric și social. Dincolo de înscrierea necesară într-un context de referință, cunoașterea de sine și producțiile umane nu se pot stabili decât prin medierea cu ajutorul semnelor, în sensul larg al termenului. De atunci, explicația nu mai este derivată din modelul științelor naturii umane cum încearcă să o facă psihologia. Explicația, ca proces de cunoaștere fondat pe determinarea unor înălțări stabile și structurate, a căutat modelul de gândire în lingvistică. Să vedem însă care sunt limitele concepției semiotice.

Să definim înțelegerea ca fiind un proces al gândirii prin care cunoaștem ceva cu ajutorul psihicului, ale cărui manifestări sunt semne fragile. Accesul către înțelegerea faptelor culturale trece prin anticamera analizei manifestărilor perceptibile și a raporturilor de semnificare pe care le stabilesc cu cei care le primesc. Totuși, explicația acestor fapte semnificative nu poate fi redusă la relația semiotică, așa cum se manifestă aceasta în semnul lingvistic. Cercetarea asupra înțelegerii faptelor culturale, din care s-au dezvoltat diferite puncte de vedere asupra comunicării sociale, a fost impulsionată din mai multe direcții. Psi-

analiza, care a venit cu distincția conținut manifest/conținut latent, pragmatica comunicării cu cea între relație și conținut, lingvistica cu aceea care separă termenii enunțat/enunțare, estetica accentuând condițiile receptării operei – sunt tot atâtea căi ce au condus la lărgirea câmpului de cercetare a comunicării sociale. Limbajul, ca fundament al intersubiectivității și ca mediu în care semnificațiile sunt împărțite, este locul unde se produce înțelegerea, dată fiind și diversitatea și eterogenitatea domeniilor pe care acesta le acoperă.

Introducere în interpretarea culturii

Opera filosofului Paul Ricoeur consacrată hermenuticii permite depășirea opoziției între a explica și a înțelege, cel puțin în ceea ce privește operele spiritului și ale acțiunii umane¹. Într-o reflecție consacrată textului, Ricoeur arată echivalențele între funcționarea metaforei și arta povestirii. Metafora, ca figură retorică, transferă unui lucru numele obișnuit al unui alt lucru, realizând o operație care pune în evidență ceea ce este comun ambelor lucruri. Arta de a povesti este arta, de a construi povestirea (producerea unei intrigi reprezentând un ansamblu de combinații, acțiuni, caractere, circumstanțe realizând o totalitate inteligibilă). Competența care duce la găsirea metaforei este, din punctul de vedere al lui Ricoeur, o formă elaborată a înțelegerii. Structura metaforei care constă în a recunoaște noutatea pertinentă care se stabilește între lucru și nume, este dată printr-un mecanism explicativ. Așa cum analiza povestirii degajă aranjarea elementelor eterogene (evenimente, personaje, situații) a căror combinare este producătoare de sensuri. Aceste explicații de ordin semiotic (efectuând o relație între unitățile discursului și semnificație) nu sunt

72 *Înțelegerea culturii. Semnificația comunicării*

primele care se edifică în baza unei înțelegeri prealabile. În același mod se poate explica semnificația cuvintelor necunoscute dintr-o frază, este mai întâi necesară înțelegerea lor.

Ricoeur încredințează hermeneuticii (care este teoria generală a interpretării) sarcina de a găsi punctul comun între explicație și înțelegere. Din acest punct se poate vorbi de un dialog între filosofie și științele umane. „*Hermeneutica trebuie să cerceteze chiar în interiorul textului dinamica internă care guvernează structurarea operei, pe de o parte; pe de altă parte, ea caută să vadă puterea operei de a se proiecta în afara ei însăși și de a cuprinde o lume care este obiectul textului*”².

Fecunditatea acestei propoziții se datorează implicațiilor sale: are valoare, deci, pentru opera artistică ce nu se exprimă într-un limbaj articulat, dar și pentru acțiunea umană sau, mai precis, pentru obiectele culturale.

Cultură scrisă, cultură orală

Distincția între explicație și înțelegere este una din caracteristicile spiritului uman. Așa cum arată pragmatica comunicării și, în particular, Paul Watzlawick, se pot distinge două tipuri de comunicare: digitală și analogică, exprimând imagini diferite ale lumii. Limbajul digital este cel care funcționează cu ajutorul unităților discrete, așa cum sunt cifrele, de exemplu, a căror semnificație este o pură convenție. Modul în care funcționează comunicarea digitală este acela al comunicării logice, analitice, definiționale: este limbajul rațiunii, al științei, al explicației. Dimpotrivă, limbajul analogic este acela al metaforei în care semnul este în relație de similitudine cu lucrul pe care îl desemnează. Este, de exemplu, cazul hărții de geografie

Înțelegerea culturii. Semnificația comunicării 73

aflată în raport de analogie cu teritoriul pe care îl reprezintă. Modul de comunicare analogic este al percepției totalizante (*Gestalt* ca formă globală evocată în capitolul precedent). Pe de o parte, este de semnalat că distincția între comunicare digitală și comunicare analogică este de aceeași natură ca și cea între explicație și înțelegere. Pe de altă parte, termenii amintiți sunt în raport și cu distincția între cele două emisfere cerebrale.

Emisfera stângă are ca funcție primordială de a traduce orice percepție într-o reprezentare logică și de a-și exercita funcțiile asupra domeniului limbajului codat și al comunicării digitale. În general, este denumită emisfera verbalității.

Emisfera dreaptă are în schimb o funcție diferită, fiind specializată în percepția globalizantă a relațiilor și a configurațiilor complexe. Aceasta are competența percepției holistice, având capacitatea de a restitui totalitatea plecând de la elementele constitutive. Limbajul emisferei drepte este arhaic: este modul exprimării emoțiilor și a ceea ce psihanaliza numește în general procese primare, care nu cunosc nici logica temporală, nici negația. Principalul interes al acestor definiții a celor două emisfere este de a argumenta în favoarea funcționării diferențiate a culturilor. Astfel, Goody consideră că dihotomia între „gândirea sălbatică” (a popoarelor primitive) și „gândirea domestică” (a popoarelor civilizate) are un caracter specific care rezultă din transformarea modurilor de comunicare și a formelor de scriitură³. Culturile se disting mai puțin prin procesele cognitive (procesele magice ale gândirii sălbatice sau procesele logice ale gândirii civilizate), cât prin modurile de comunicare. Scriitura, alfabetică în special, a transformat activitatea intelectuală a societăților, permițând fixarea

discursului oral și, prin urmare, a posibilităților de stocare a analizei critice a cunoștințelor. Scriitura a modificat natura comunicării, extinzând-o dincolo de contactul personal: „Problema memorizării va înceta să domine viața intelectuală; spiritul uman se poate aplica studiului unui text static, eliberat de piedicile proprii condițiilor dinamice ale enunțării, ceea ce permite omului să ia o atitudine critică față de creație, examinând-o mai abstract, mai general, mai rațional”⁴.

Diferența se plasează mai puțin între gândirea primitivă și gândirea civilizată și mai mult între cultura orală și cultura scrisă. Prima este globalizantă și relevă „principiul participării”. Lucrurile, semnele, ființele coexistă în același univers, care este definit ca o totalitate a mediului în care cultura dobândită prin experiență este utilizată pentru a crea sens. Cea de-a doua este o cultură critică, dezvoltându-se în baza unei tradiții argumentative cumulative, facilitată cu ajutorul scrisului. Raționalitatea culturii scrise face astfel să apară independența cuvintelor, a ideilor, a realului.

Distincția dintre un mod de gândire sintetic și intuitiv, propriu emisferei cerebrale drepte, specific culturilor orale și un mod de gândire analitic și rațional, propriu emisferei stângi, dezvoltat în culturile scrise a dat naștere unui mod de clasare a culturilor de organizație. Astfel, întreprinderile japoneze, care au la bază cultura grupului, insistă pe relațiile interpersonale, solidaritate și cooperare, în timp ce organizațiile americane sunt fondate mai ales pe culturi individualiste, privilegiind analiza, separarea și izolarea elementelor⁵.

SEMIOTICA: MOD DE ÎNTELEGERE A CULTURII?

Semn și comunicare

Problematica semnului este omniprezentă în cercetarea noastră. Definiția sa oscilează între două accepțiuni: prima definește semnul ca referință a unui fapt care ține de experiența umană. Cea de-a doua este mai precisă și este introdusă de lingvistică. Conform acestei concepții, semnul este o unitate cu două fețe: aspectul material denumit semnificant și cel psihic, semnificatul (de precizat că semnificatul este un concept, el reprezintă marca semnificantului în psihism).

Acești doi poli indică direcții de reflecție foarte distincte, dar adesea confundate. În primul caz, semnul este pus în relație cu lucrul pe care îl desemnează (referentul). Întrebarea este de a afla cum este interpretat semnul de cel care îl primește sau îl percepe. Charles Sanders Peirce propunea chiar din 1931 o „teorie a semnelor”, diferită de aceea a lui Saussure, deoarece era fondată pe noțiunea de triadă. Relația pe care Peirce o numea *sémiosis* implică trei termeni: semn, obiectul pe care semnul îl desemnează și interpretantul care permite semnului reprezentarea obiectului pentru un destinatar.

Cea de-a doua direcție are în centrul său semnul ca produs al unei relații de semnificare între două aspecte inseparabile. Obiect al lumii materiale sau imagine pe care îl desemnează, referentul semnului nu face parte din raportul de semnificare. Dar pentru înțelegerea semnului este necesară și introducerea relației sensului în cadrul discursului sau acțiunii umane.

Ambiguitatea noțiunii de comunicare, datorită fluctua-

ției sale și numeroaselor concepții culturale poate crea confuzii în interpretarea semnului, așa cum a fost cel definit mai sus. Căci transmiterea de structuri inconștiente ca personalitatea, propagarea emoțiilor, influența prin comportament exercitată în cadrul relațiilor interpersonale, difuzarea de masă a operelor culturale, etc. sunt tot atâtea modalități de a comunica. Convenția de a încadra aceste procese într-o singură categorie de gândire, comunicarea, devine atunci necesară. Și poate că este momentul să prezentăm noțiunea de comunicare, din punctul de vedere al definiției semiologice.

Semiologia semnificației. Semiologia comunicării.

Referindu-se la urmașii concepției lui Saussure, lingvistul Georges Mounin aprecia că limbajul este un sistem de comunicare, dimensiune care nu era implicată în „*Cours de linguistique générale*”⁶ al lui Saussure. Plecând de la considerația că există numeroase sisteme de comunicare în afara celui lingvistic (cum sunt codul rutier sau afișele publicitare) s-a dezvoltat un adevărat domeniu semiologic consacrat descrierii și funcționării procedeeleor de comunicare. În aceeași zonă de preocupări se situează și lucrările lui Roland Barthes. Încă din 1957, în „*Mithologies*”, apoi în „*Éléments de sémiologie*” (1964), Roland Barthes se preocupa de cercetarea faptelor culturale semnificative ca moda, obiectele de consum, decorul în teatru, toate dintr-o perspectivă semiologică. În analize scilicet, Barthes considera semiologia ca fiind o parte constituantă a lingvisticii „*extrem de precis, fiind aceea parte care are ca obiect marile unități semnificative ale discursului*”.

Se poate considera din acel moment că Saussure dădea

naștere la două direcții principale. Una, reprezentată de Luis J. Prieto și Emile Buyssens, care studiază comunicarea ca „*mijloc utilizat pentru a-i influența pe ceilalți și recunoscut ca atare de cel care-și propune să influențeze*”⁷. Din această perspectivă, procedeul comunicării apare ca un mijloc voluntar și intențional prin care se stabilesc relații sociale, semiologiei revenindu-i rolul de a se ocupa de „*faptele perceptibile produse în mod intenționat pentru a face cunoscute stările de conștiință și ca mărturie a recunoașterii destinației*”.

Prieto, cercetătorul mai sus-amintit, numea acest tip de semiologie „semiologia comunicării”, având ca obiect faptele, privite ca semnale. Un semnal este un indiciu care furnizează o indicație de un tip particular, produsă voluntar de emițător în scopul afectării receptorului. Semnalul este un indiciu convențional, căci el este înțeles doar în contextul convenției sociale⁸.

O altă direcție din care s-a dezvoltat semiologia semnificației, conform opticii lui Barthes, este ceva mai generoasă. Ea se ocupă de dimensiunea interacțiunii între viața psihică și cea culturală a producțiilor expresiei. Vorbind de „semiologia semnificației”, Prieto marchează implicit dificultatea de a fonda o teorie unitară care să conțină toate aceste fapte expresive.

Aceste două demersuri se situează pe două poziții diferite în raport cu demersul cercetării. Prima se dovedește pertinentă pentru studierea comunicării sociale în dimensiunea sa funcțională și instrumentală, dar nu se poate aplica decât procedeeleor care valorizează norme și semne în sensul strict. Perspectiva amintită este, de exemplu, insuficientă, pentru analiza unui fenomen estetic, care este un proces expresiv singular, a cărui primă funcție nu este

aceea de a transmite un conținut, nici de a comunica ceva strict. Cel de-al doilea punct de vedere are implicații mai largi: el se referă la semn pus în „situația-semn“, plecând de la relațiile stabilite între semn, obiectul care îl desemnează și psihismul subiectului. Orientarea pare mai potrivită faptelor culturale, dar are o ambiție extensivă: fondarea unei gândiri unitare asupra faptelor semnificante.

Fiecare din aceste direcții are avantajele și dezavantajele sale. Prima este restrictiv aplicată faptelor culturale, iar cea de-a doua, extensivă, se află în punctul de convergență a unui mare număr de discipline, care fac ca obiectul de studiu să plutească în confuzie. Totuși, ideea dominantă a capitolului a rămas aceea a rolului dominant al modelului limbii în analiza fenomenelor nu neapărat lingvistice.

Semiotica. Cercetarea sensului.

O dificultate suplimentară în definirea domeniilor de studiat vine din utilizările terminologice. Semiologia și semiotica sunt termeni adesea utilizați nediferențiat. În definiția saussuriană, reluată și de Barthes, termenul folosit este semiologie. În perspectiva sugerată de Peirce se utilizează termenul „semiotică“. Este de preferat folosirea ultimului, așa cum au făcut-o Eco și alți autori în considerațiile lor asupra semnului și asupra relațiilor de semnificație.

O altă tradiție contemporană avându-l ca punct de plecare pe Saussure s-a dezvoltat într-o perspectivă diferită. Peirce atribuie domeniului fenomene excluse de Saussure. În „*Ecrits sur le signe*“ el definea, după cum am mai spus, *sémiosis* ca fiind acțiunea de influență care presupune prezența semnului, a referentului și a

interpretantului. Demersul conține analogii cu fenomenul de înțelegere a sensului fenomenului cultural, sens care are valoare doar în context în baza unor fundamente culturale care dau sens manifestărilor.

Oricare ar fi optica diferiților autori menționați (adeptii lui Saussure sau ai lui Peirce), semiotica începe acolo unde apare sensul. Se poate spune că *sémiosis* este procesul prin care ceva funcționează ca un semn; semiotica se definește atunci ca știința care cercetează *sémiosis*, studiind procesele care permit circulația semnificației.

Umberto Eco a încercat să reunească aceste puncte de vedere. El definea semiotica ca fiind studiul „proceselor culturale – în care intervin actorii umani care intră în contact în baza convențiilor sociale – ca *procesele ale comunicării*“⁹.

Pentru Eco, semiotica este mai puțin o disciplină care propune o structură predeterminată, valabilă pentru toate fenomenele, cât mai ales un câmp al cercetării. Astfel, ea acoperă la fel de bine modurile de comunicare cele mai naturale și spontane; un astfel de exemplu poate fi comunicarea tactilă sau olfactivă care îl orientează pe individ, dar și sistemele culturale cele mai elaborate și formalizate, așa cum sunt codurile algebrei, chimiei sau codurile estetice. Premisele care-i permit lui Eco să probeze apartenența la acest câmp sunt două: dialectică cod-mesaj și natura convențională și culturală a codurilor.

Orientarea propusă de Eco intersectează considerațiile deja exprimate față de relația individ-societate, așa cum se realizează ea în interiorul fenomenului cultural. Pe de o parte, cultura nu există decât la indivizi, exprimată în comportamente sau prin producțiile lor specifice. Este premisa de la care pornește Eco atunci când definește

mesajul în raport cu cuvântul. Cuplul cod-mesaj aplicat mesajului este o prelungire a cuplului limbă-vorbire. Pe de altă parte, codurile, oricare ar fi, nu sunt naturale, fiind rezultatul unei convenții sociale, și sunt pertinente doar într-un cadru cultural determinat.

Perspectiva pe care o deschide Eco conduce la două ipoteze deja evocate: 1) cultura trebuie studiată ca fenomen al comunicării; 2) toate aspectele unei culturi pot fi examinate ca și conținuturi ale comunicării.

Prima ipoteză face din semiotică o teorie generală a culturii, substituindu-se antropologiei. De asemenea, este de remarcat că, dacă orice cultură este comunicare, asta nu înseamnă că orice element cultural este, funcțional, un mijloc de comunicare. Cultura nu este un dat instrumental cu ajutorul căruia se obțin efecte. Este la fel de adevărat însă că poate fi mai bine înțeleasă dacă este studiată din punctul de vedere al comunicării sociale la realizarea căreia contribuie.

Cea de-a doua ipoteză examinează fenomenele culturale în cadrul unui proces pe care Barthes îl numea drept „semantizarea modurilor de folosire”: într-o societate, orice funcție se transformă în semnul acestei funcții. Astfel, anumite obiecte de uz capătă valori simbolice, servind ca semne de distincție socială. Mașină, haină, coafură, etc. sunt surse care conferă un statut social. Acest tip de transformare a valorii de folosință a obiectelor în valoare de schimb simbolic a fost studiat de Jean Baudrillard în „*Pour une critique de l'économie politique du signe*” și „*La société de consommation*”. De fapt, publicitatea se bazează chiar pe acest proces de semantizare în tentativa ei de a ne persuadea că un obiect ne poate introduce într-o

categorie de aleși, diferită de restul masei și, în tot cazul, superioară.

ENUNȚAREA: O EXPERIENȚĂ ESENȚIALĂ A SUBIECTULUI

Pornind de la considerația că limba este formă și nu substanță, iar într-o viziune instrumentală este unealtă de comunicare, teoria funcționalistă aplicată *lingvisticii* „a eliberat limbajul de vocea subiectului, sensul actului (a vorbi sau a face) reducându-se atunci la aspectul intențional al conștiinței”¹⁰.

Dintr-o perspectivă semiotică, a cărei unică preocupare este logica semnului, materialitatea enunțului nu este importantă: textul sau discursul oral se înscriu în logica limbii. Vorbirea (producția cuvintelor) și receptarea apar ca fenomene secunde. Subiectul destinat își pierde subiectivitatea globală, fiind considerat ca o instanță repetitivă, înregistrând și juxtapunând semnificațiile textului, ale indicilor vizuali și sonori. Astfel, este spartă unitatea percepției.

Cercetările lui Mc Luhan și ale lui Jack Goody sunt interesante prin importanța pe care acestea o acordă modalităților materiale prin care se naște și se transmite gândirea. Studiile lui Jack Goody arată cum conținuturile gândirii nu sunt singurele moduri de a demonstra trecerea de la societatea orală la societatea bazată pe o cultură scrisă. Argumentul ar fi că, povestirea orală diferă de cea scrisă în compoziție și în modul de folosire, rolul individului nu este mai puțin important în modificarea creației artistice¹¹. În culturile orale, creatorul este anonim, în culturile scrise,

creatorului îi revine un rol special, asumându-și în mod simbolic, prin semnătură, o responsabilitate și un rol social. Atât lumea scrisă, cât și cea orală participă la desfășurarea aceleiași structuri a limbii, cu efecte diferite asupra producției conținuturilor, asupra relațiilor interpersonale, asupra organizării gândirii și a percepției lumii. Aceste rezultate diferite sunt tot atâtea fundamente care accentuează distincția între cele două realități. Pornind de la această premisă este important de semnalat importanța majoră a fenomenului enunțării în actul de limbaj și în acela al relației cu celălalt. Dualității limbă-vorbire i se adaugă în dezbateră și cuplul enunțare-enunțat.

Esența fenomenului comunicational nu este numai schimbul de enunțuri și circulația informației între două instanțe locutoare; fenomenul include ca elemente importante inclusiv procesul prin care se realizează contactul, modul în care se ajunge și se desfășoară interpelarea, interacțiunea și influența reciprocă ce afectează partenerii în urma actului vorbirii. Este de remarcat că discursul și nu limba în ansamblul ei are o anumită intenționalitate, și acesta este, iarăși, unul din elementele fondatoare ale comunicării. Deci, natura sau funcțiile comunicării nu rezidă neapărat în a desemna un obiect, a formula o părere sau a exprima un sentiment față de cineva, ci, mai ales, în a introduce ideea de responsabilitate între actorii comunicării.

Concepția conform căreia comunicarea este un fenomen linear (obiect al unei relații care are ca scop schimbul de informații), ar reduce analiza la o schema mecanică și funcționalistă. Pentru relevanța analizei noastre, nu este suficientă simpla examinare a noțiunilor de reciprocitate sau *feed-back* ca să explice fenomenele de receptare și de influență cuprinse în interiorul fenomenului în care se

desfășoară comunicarea. Sunt de amintit în acest punct și suportul expresiv, dar și modurile personale de folosire a limbajului, care sunt alte elemente necesare în discuția modului în care se realizează raporturile cu lumea. Enunțarea, cea care activează noțiunea de responsabilitate față de celălalt, este un suport al acțiunii. Emile Benveniste subliniază într-un text fundamental modul în care enunțarea, faptul de a produce un enunț lingvistic este, pentru cel care vorbește, „*actualizarea unei experiențe esențiale*”¹².

Mecanismul enunțării lasă să se întrevadă caracteristica principală a fenomenului de expresie culturală: medierea între individ și lume. La nivelul discursului individual, emițătorul realizează de fiecare dată un act nou, situându-se într-un timp și în circumstanțe noi față de cele ale momentului discursului. De fapt, enunțarea are trei caracteristici fundamentale în ceea ce privește subiectul.

Odată cu pronunțarea lui „eu” în interiorul unui enunț, se instaurează și o experiență umană nouă. Limba virtuală este actualizată în discurs prin folosirea sa de către subiect.

Procesul de personalizare a limbii într-un discurs pragmatic introduce o relație.

Enunțarea include întregul raport cu lumea, în timp ce discursul este instrumentul care permite satisfacerea nevoii de legătură cu exteriorul.

FUNCȚIA SIMBOLICĂ: INSTRUMENT DE MEDIERE

Am arătat deja cum limbajul se constituie în mijloc al spiritului uman de a-și construi un univers al percepției și semnificației. În primul capitol evocam, referindu-ne la

globalitatea culturii, funcția sa simbolică în procesul de mediere între individ și mediu¹³. Situându-se în aria de cercetare dezvoltată din această concepție, Ernst Cassirer definea funcția simbolică ca mod de a exprima atemporalul cunoașterii, iar filosofia formelor simbolice ar consta în a descoperi care este punctul comun al acestor forme simbolice. Cultura este atunci, conform lui Cassirer, doar un concept care rezultă din unificarea acestor accepțiuni. În schimb, Ricoeur este mai specific definind termenul „simbolic”: „*este convenția care desemnează toate instrumentele culturale ale modurilor de a înțelege realitatea: limbaj, religie, artă, știință, etc.*”¹⁴.

Accepțiunea dată de Cassirer categoriei „simbolic” are inconvenientul de a echivala, după cum remarcă Ricoeur, funcția semnificantă, în general, cu simbolul văzut ca semn.

Este evident că simbolul face parte din categoria semnelor. Dar accepțiunile date în definirea termenilor sunt diferite, adeseori contradictorii. De pildă, este o diferență netă între semnificația acordată simbolului de logica simbolică (care face din simbol un semn arbitrar) și semnificația dată de literatură sau psihanaliză (care stabilește o analogie între simbol și lucrul simbolizat).

Ricoeur afirma că există simbol oriunde „*expresia lingvistică dă naștere unui dublu sens sau mai multor sensuri în interpretare*”¹⁵. Este nevoie de imaginație simbolică pentru a înțelege ceva despre semnificatul semnului (când semnul se referă la un obiect sensibil, care nu este direct accesibil). Iată însă care este definiția obișnuită a simbolului dată de „*Vocabulaire critique de la philosophie*” (André Lalande): „*un semn concret care evocă, printr-un raport natural, ceva absent sau imposibil de perceput*”. Deci, simbolul pleacă de la ceva concret

pentru a semnala ceva inaccesibil. Iată de ce domeniul imaginarului simbolic reunește metafizica, arta, religia, iar simbolul este, preluând formula lui Gilbert Durand, „*o reprezentare care facilitează accesul la un sens secret, este epifania unui mister*”¹⁶.

Câteva concluzii sumare se impun. Este de semnalat rolul fundamental al funcției simbolice în interpretarea producțiilor culturale. În domeniile artei, simbolul este liantul corespondențelor simbolice între oameni, vorbind despre altceva decât despre sine și deschizând porți prin procesul medierii.

Notă

1. RICOEUR, P., „*Du texte à l'action. Essai d'hermeneutique II*”, Colecția Esprit, Seuil, Paris, 1986.
2. Ibid., p. 32.
3. GOODY, J., „*La raison graphique. La domestication de la pensée sauvage*”, traducere din limba engleză, Ediția Minuit, 1979.
4. Ibid., p. 87.
5. HAMPDEN-TURNER, C., „*La culture d'entreprise. Des cercles vicieux aux cercles vertueux*”, traducere din americană, Seuil, Paris, 1992.
6. MOUNIN, G., „*Sémiologie de la communication et sémiologie de la signification*”, în „*Introduction à la sémiologie*”, Minuit, Paris, 1970.
7. BUYSENS, E., „*La communication et l'articulation linguistique*” în „*Travaux de la Faculté de Philosophie et Lettres*”, vol. 31, PUB, Bruxelles; PUF, Paris, 1967, p.11.
8. PRIETO, L. J., „*Pertinence et pratique*”, Minuit, Paris, 1975.
9. ECO, U., „*La structure absente. Introduction à la recherche sémiotique*”, Mercure de France, Paris, 1972, p.24
10. VERON, E., „*Sémiosis sociale*”, PUV, 1987, p.99.

86 Înțelegerea culturii. Semnificația comunicării

11. GOODY, J., *op.cit.*, p.72
12. BENVENISTE, E., „*Problèmes de linguistique générale*“, Gallimard, Paris, 1966, vol. 2.
13. CASSIRER, E., „*Philosophie des formes symboliques*“, traducere din limba germană, Minuit, Paris, 1972.
14. RICOEUR, P., „*De l'interpretation. Essai sur Freud*“, Seuil, Paris, 1965, p.20.
15. Ibid., p. 26.
16. DURAND, G., „*L'imagination symbolique*“, Quadrige, PUF, Paris, 1989, p. 13.

PARTEA A DOUA

Cultura ca mijloc de mediere relație între individ și lume

Nu este posibilă o diferență netă între multiplele dimensiuni care au ignorat evidența relației dintre întreaga sensibilitate, conștiință, practică și imaginație, dar diferent reprezentare (care sunt ambigue în mod obișnuit) operațiilor simbolice și literare. Această contradicție este, de fapt, una din caracteristicile crizei contemporane a culturii. De asemenea, nu se poate afirma că există o unitate a elementelor constitutive ale culturii, căci cultura, ca funcție de semnificare a diverselor comportamente, nu mai intervine în prezent ca o structură globală. Sub efectele conjugate ale industrializării, urbanizării, accelerării inovațiilor științifice și tehnologice, elementele de raport între spațiu, timp, viață, job, relații familiale, tranziție a generațiilor și moduri de comunicare au fost radicalizate. Raportele, exprese literare care se referă la sfera privată și cea publică, au devenit în esență domenii de expresie și de relaționare cu mediul. Conștiința de sine s-a dezvoltat în câmpul domeniilor simbolice (mimet, sacru, pulsiv, cultural, mass-media) de la Platon, Nietzsche, Freud, Artaud, de la metalingvistică la lingvistică și a devenit una din direcțiile principale ale

4

Cultura: relație între individ și lume

Nu este posibilă o diferență netă între multiplele demersuri care au ignorat evidența relației directe între sensibilitate, cunoștințe, practică și imaginile lor, diferit reprezentate (care sunt atribuite în mod obișnuit operelor artistice și literare). Această contradicție este, de fapt, una din caracteristicile crizei contemporane a culturii. De asemenea, nu se poate afirma că există o unitate a elementelor constitutive ale culturii, căci cultura, ca funcție de unificare a diverselor comportamente, nu mai intervine în prezent ca o structură globală. Sub efectele conjugate ale industrializării, urbanizării, accelerării inovațiilor științifice și tehnologice, elementele de raport între spațiu, serviciu, *job*, relații familiale, transmitere a cunoștințelor și moduri de comunicare au fost minimalizate. Rupturile, depozările care se referă la sfera privată și cea publică, afectează în ansamblu domeniul de expresie și de relaționare a individului. Constatarea a fost dezvoltată în câteva domenii specifice (muncă, sacru, psihism, cultură, mass-media) de Marx, Nietzsche, Freud, Artaud, de membrii școlii de la Frankfurt și a devenit una din direcțiile principale ale

culturii contemporane. Alienarea prin muncă, înstrăinându-l pe om de el însuși, slăbirea credinței în Dumnezeu, punctul psihologic de vedere care aruncă îndoială asupra capacității de a fi propriul stăpân, existența unei culturi paralele cu viața, dezumanizarea și condiționarea de o falsă conștiință – toate acestea sunt semnele contemporane ale unei lipse de unitate culturală resimțită în prezent.

LEGITIMITATEA CULTURII ÎNTR-O SOCIETATE DIVIZATĂ?

Suntem în plină destrămare a culturii tradiționale și acesta este un fapt unanim recunoscut. În aceste condiții, revendicarea dimensiunii globale a culturii rămâne cel mult o așteptare optimistă în depășirea tensiunii dintre o cultură care nu mai este egală cu un sistem de semnificații, capabil să creeze sensuri ale vieții și o cultură pe cale de a se naște.

Cultură autentică/Cultură artificială

Distincția poate fi mai ușor pusă în evidență și înțeleasă plecând de la observațiile lui Sapir despre modul în care dezvoltarea personalității și libertatea conștiinței individuale s-au fragilizat în societatea industrială și de piață. Plecând de la condițiile în care se produc mecanismele de reglaj economic și de la locul individului în societate, analiza ne aduce în față două forme de comportament: executant al deciziilor luate de alții și un comportament al consumatorului (de consum).

Termenul de autenticitate a culturii se bazează pe existența unor puternice legături între activitățile eco-

nomice, sociale, religioase și estetice. Sapir particularizează natura acestor legături. El arată că autenticitatea implică adecvarea individului la cultura grupului, însemnând cunoașterea, înțelegerea, acceptarea și integrarea în valorile care reglează comportamentele sociale din cadrul grupului¹.

Un alt element care se adaugă concepției care susține autenticitatea culturii este cel al raportului dintre eficacitate și civilizație. Din acest punct de vedere, autenticitatea culturii este un factor care favorizează dezvoltarea unei civilizații. Existența civilizației nu este condiționată de o evaluare etică a culturii sau de suma obiectivelor care trebuie atinse, obiective care sunt definite în mod abstract. Căci nu puține au fost marile culturi (pe care Sapir le numește autentice) în care contradicțiile au fost la ele acasă, așa cum în cultura greacă, de exemplu, care era o cultură democratică, exista elementul sclavagist, care contrazicea principiile acesteia.

Autenticitatea unei culturi se conturează în primul rând, prin aspirațiile și interesele fundamentale ale indivizilor; în al doilea rând, este vorba despre atitudinea față de trecut, față de instituții, față de produsele artistice și intelectuale. Iar adecvarea individ-cultură, procesul de acceptare a valorilor sau participarea creatoare a membrilor comunității sunt posibile doar în cadrul grupurilor restrânse, independente cultural. În plus, autenticitatea trebuie relaționată inclusiv cu realitățile concrete care duc la dezvoltarea forțelor de producție și cu relațiile de forță socială. Toate acestea duc la concluzia că noțiunea de autenticitate își are limitele ei: ea poate fi analizată, deci, doar la un nivel maxim al dezvoltării forțelor productive și la un nivel maxim al conștiinței actorilor sociali. Dar

această constatare nu face decât să ne ajute în cercetare, deoarece termenul „autenticitate” stârnește interesul mai ales prin distorsiunile produse în societatea industrială, pe care le lasă să se întrevadă. Contează mai puțin aici caracterul său pozitivist sau valoarea de model.

Cultura unidimensională

Abordările diferite ale trecutului cultural, segregarea socială și inegalitatea șanselor sunt simptome evidente ale iraționalității lumii în care trăim. Într-o astfel de lume, elementele culturale nu mai întrețin raporturile dovedite a fi necesare. Iar condițiile de viață, de lucru, de divertisment, disocierea relațiilor familiale sunt tot atâtea argumente de a considera cultura ca un întreg coerent ale cărui părți sunt, funcțional, armonioase și necesare.

Totuși, într-un anumit mod, în societatea contemporană s-a produs globalizarea culturii, dar în sensul uniformizării și sărăcirii conținuturilor sale, fenomene care nu au ocolit nici o zonă de activitate culturală. Fenomenul a fost aprofundat de Herbert Marcuse; el a accentuat ideea că organizarea socială planificată manipulează conștiințele, creează și condiționează nevoi din exterior, prin forțe asupra cărora omul nu are control². După studiile lui Marcuse, toate acestea pot fi considerate ca o globalizare, în sensul în care aceasta accentuează ideea dimensiunii adaptative a indivizilor și modelează sisteme de gândire și comportamente. Deși atunci când este vorba de cultură nu lipsește ideea ignorării realității, apar elemente de opoziție în raport cu realitatea socială. Marcuse arată că aceste elemente sunt obiectul unei pierderi de valoare în societatea modernă. El susține că aparentul pluralism al activităților,

operelor sau al adevărilor cele mai contradictorii a produs o epuizare a conținuturilor antagonice din artă³. Multiplicarea bunurilor culturale și așa-numita lărgire a sferei culturale nu este, după părerea lui Marcuse, decât o „desublimare instituționalizată”, care corespunde unei pierderi de valori, al cărei rezultat este o conștiință liniștită și normalizată. Comportamentul unidimensional este, astfel, însoțit de o gândire banalizată, în care dorința, impulsul, ideea sunt reduse la o simplă stare de lucruri.

DOUĂ MODELE DE FUNCȚIONARE A CULTURII

Modelul funcționalist al instituției

În primul capitol al cărții dedicat dimensiunii globale a culturii, aminteam teoria funcționalistă a lui Malinowski. În a sa „*Une théorie scientifique de la culture*”, el definea conceptul de instituție ca fiind „un element izolat extras din realitatea concretă care descrie cultura”.

Atenția lui Malinowski se îndreaptă în primul rând asupra modului de organizare a activităților umane conștiente. Din acest punct de vedere, cultura nu face altceva decât să transpună material comunitățile de indivizi, cu competențele, interesele lor, valorile pe care le vehiculează; pe de altă parte, poate fi numit cultură inclusiv modul de funcționare al regulilor și cuceririlor tehnice, care fac posibile anumite activități prin prisma acestor cunoștințe de factură tehnică.

Instituția are șase trăsături: un sistem de valori în numele căruia oamenii se organizează (statutele); un ansamblu de indivizi organizați după anumite criterii

(personal); deprinderi tehnice și obișnuințe (normele); instrumente și tehnici necesare (mijloace); activități (realitate organizată); funcții (rezultatul real al activităților organizate).

Interesul teoretic al conceptului de instituție derivă din faptul că aceasta este o unitate elementară de organizație. Aportul euristic al conceptului de instituție rezidă din relațiile între diferitele elemente constitutive definite după cum urmează: statute, indivizi, norme, mijloace, activități, funcții.

Funcționarea mecanismului poate fi obiectul cercetării în fiecare instituție (familie, întreprindere, colectivitate locală, organizație artistică, etc.) Conceptul de instituție acordă aceeași importanță valorilor enunțate în așa-numitele regulamente, texte, precepte, dar și activităților și comportamentelor efective. Chiar în cadrul acestor raporturi instituția își construiește identitatea și imaginea. Analiza culturală și comunicațională trebuie să înceapă de la caracteristicile relațiilor între acestea, plecând de la istoria instituției.

Întrebările ridicate de conceptul de instituție sunt de două feluri. Prima se referă la faptul că o cultură nu poate fi cunoscută, din acest punct de vedere, decât plecând de la formele organizaționale precise, care răspund astfel unei nevoi a societății, organizată în timp și spațiu. Conceptul de instituție este, deci, relativ rigid. El nu se aplică decât în cazul activităților recunoscute, legitimate social și relativ transparente. Malinowski nu se referea la decalajul sau la ruptura care intervine între statute, afirmarea scopurilor, și funcții, rezultatele brute ale activităților. Conceptul instituției nu permite găsirea formelor activităților culturale care nu au reușit încă să fie stabile și organizate în câmpul

social. Pe de altă parte, diferitele instituții sunt integrate în contexte mai mari, iar funcțiile pe care le realizează se integrează în cultura globală. Conceptul de instituție presupune, deci, stabilirea articulațiilor între instituțiile particulare și cadrul general al societății.

Modelul schimburilor propus de Edgar Morin

Edgar Morin trasa direcțiile programatice susceptibile să evite închistările teoretice și practice, într-un articol apărut în revista „*Communications*” în anul 1969 dedicat politicii culturale, care fac din cultură un domeniu ca oricare altul, dar și concepțiile unidimensionale, care sunt aplicate culturii „cultivate” sau culturii de masă⁴.

Morin consideră cultura ca fiind un sistem care comunică o experiență existențială și o știință constituită. Cultura este sistemul metabolizant care asigură schimburile între indivizi, dar și între indivizi și societate sau între societate și univers. Morin își propune să examineze schimburile având în vedere patru poli: știința, codul, modelele de comportament și existențialul. Astfel, după Morin, știința, stoc cultural înregistrat și codat, poate fi asimilată de deținătorii unui cod, dar este în același timp legată de modele (de valori, de comportamente) care permit organizarea și canalizarea relațiilor pragmatice și imaginare conținute în diferitele existențe.

Această perspectivă permite conceperea relației individ-societate-lume în baza unei unități care este cultura, ale cărei elemente esențiale sunt codul și modelele. În plus, această concepție poate fi aplicată oricărei accepțiuni a termenului „cultură”, de la cea mai cuprinzătoare la cea mai strictă dintre acestea, și totuși, legile schimbului

nu pot fi înțelese doar în baza afirmării existenței relațiilor polarizatoare și transformatoare, care fac să comunice între ele constituențele sub-sistemului (considerate de anumite teorii ele însele sisteme). Importanța articolului semnat de Edgar Morin nu constă neapărat în modelul epistemologic pe care îl propune, cât în sensibilitatea de care dă dovadă atunci când analizează așteptările sociale și culturale revelate odată cu criza din mai 1968. În baza analizei făcute de cercetător, se conturau obiectivele unei politici culturale care se va naște în anii ulteriori publicării articolului său. Noțiunile de bază ale acestei politici erau: descentralizarea unei politici culturale diversificate, dezvoltarea culturală având ca punct de plecare creativitatea indivizilor și a grupurilor, politica de comunicare și relațiile între indivizi, mișcări ale democrației culturale, etc. Se concretiza astfel o ambiție teoretică și practică ce conferea culturii o dimensiune globalizantă, care permite ca știința sau existența să comunice atât în operele artistice, dar și în purtătorul de cuvânt care-l comunică pe un alt individ sau în dialogul cu altul.

INTERPRETAREA CULTURII – PARADIGME COMUNICAȚIONALE

Cultura ca grilă de interpretare

Edward T. Hall este, neîndoiește, pentru antropologia contemporană, cel mai fin analist al relației experiență individuală-cultură. Obiectul cercetărilor lui Hall este raportul între relațiile pe care individul le întreține cu alții și cu mediul său și, pe de altă parte, cu schemele sale

perceptive și cognitive. Ideea centrală, susținută în numeroasele sale lucrări, este aceea care se desprinde din următoarea constatare „*Cultura este comunicare și comunicarea este cultură*”⁵.

Reflecția lui Hall acordă o importanță mare modului în care sunt percepute spațiul și timpul atunci când se construiește o cultură. Într-un mod particular, Hall dezvoltă în „*La dimension cachée*” o concepție care evidențiază modul în care aceste două categorii fundamentale ale înțelegerii – spațiul și timpul – structurează capacitățile de acțiune⁶. În „*Le langage silencieux*”, Hall arată cum o concepție asupra timpului caracterizează diversele culturi și orientează raporturile, fie către tradiție, fie către proiecția în viitor. În sens antropologic, percepția timpului și a culturii sunt inseparabile. Diferitele experiențe ale percepției timpului, timpul așteptării, al acțiunii, al aprecierii trecutului sau timpul proiecției în viitor nu sunt trăite în același mod în diferitele culturi. Culturile nu acordă aceeași importanță trecutului, cu atât mai mult nu se întâmplă același lucru față de viitor. Nici modul de umplere a timpului nu este la fel în diferite culturi.

Comunicarea în „context bogat” și comunicarea în „context sărac”

Hall apreciază cultura drept un mod de transmitere cu sens a informațiilor, supuse astfel selecției și transformării. Cultura poate fi comparată, în această viziune, cu un ecran, a cărui funcție este de barieră invizibilă care organizează, modelează și orientează gândirea și comportamentele.

În lucrarea „*Au delà de la culture*”, Hall arată cum sistemul în cadrul căruia se operează selecția între individ

și lume permite trierea informațiilor, recunoașterea sau abandonarea lor⁷. Reflecția lui Hall se distanțează de concepția strict semiotică a culturii, inspirată din modelul lingvistic, concepție care privilegiază noțiunea de cod în producerea și construirea sensului în interiorul manifestărilor culturale. În fapt, Hall acordă o importanță fundamentală contextului atunci când analizează fenomenul comunicării. El susține că, fără context ca și cadru de referință, codul este insuficient și nu permite înțelegerea mesajului. Punerea în context este văzută ca un mod de a face față imensei complexități a tranzacțiilor interumane. Când este discutat un context, atunci sunt luate în calcul următoarele: subiectul comunicării, situația, statutul, experiențe anterioare. În orice dialog, este important de definit ceea ce contează pentru interlocutor și ceea ce este ignorat de acesta.

Hall distinge două tipuri de contexte, deci două tipuri de mesaje. Pe de o parte, sunt mesaje bogate în context („comunicarea în context dens“), în care cea mai mare parte din informație este luată din contextul fizic sau este deja interiorizată și doar o mică parte din informație se transmite ca mesaj codat și explicit. Pe de altă parte, există mesajele sărace în context care se produc în cadrul așa-numitei „comunicări în context slab“, în cadrul căreia masa informației este inclusă în enunțul explicit. Mesajele conținute în regulamente sau în documentele administrative sunt un exemplu de mesaje de acest tip, a căror principală caracteristică este aceea de a nu lăsa o prea mare marjă în interpretarea lor. Revenind la subiectul discuției, se poate spune că, într-un cadru contextual sărac, grila de selecție culturală joacă un rol cât se poate de mic în filtrarea informațiilor care sunt transmise prin mesajul propriu-zis.

Distincția între cele două tipuri de contexte introduce o distincție între culturi. Mai exact spus, se poate vorbi despre o poziționare a culturilor pe o scală la ale cărei extremități se situează *contextul sărac și contextul bogat*. Mai trebuie spus că bogăția sau sărăcia contextului (necesar înțelegerii sensurilor comportamentelor și conduitelor culturale) nu trebuie relaționată cu complexitatea culturii: „*nu este întotdeauna adevărat că toate culturile complexe, multi-instituționale (avansate tehnic) se produc neapărat într-un context sărac. China este cel mai elocvent exemplu de a fi o mare cultură, extrem de complexă, care se situează mai aproape de celălalt pol*“⁸.

Densitatea contextului culturii chineze poate rezulta, de exemplu, din chiar utilizarea scrisului: cunoașterea contextului este absolut necesară înainte de a face apel la dicționare, iar lectorul (cititorul) trebuie să cunoască semnificația anumitor radicali lingvistici, ca și a tipurilor de pronunțare, diferite de la un context la altul.

Discuția despre context face posibilă introducerea paradigmei comunicaționale în încercarea de a face distincția între culturi. Modul de a evalua informația conținută în mesajul verbal sau non-verbal trebuie raportat obligatoriu la cadrele de gândire implicite oricărei culturi. Această „discriminare“ a culturilor se prelungește și la nivelul grilei de înțelegere a expresiilor. Hall nota, în acest sens, că nu există un sistem de comunicare într-un context sărac care să ia o formă artistică: „*expresia calitativă se produce invariabil într-un context bogat, cea non-calitativă are loc întotdeauna într-un context sărac*“⁹. Căci creația artistică nu spune tot, lăsând loc întotdeauna unei doze consistente de ambiguitate și polisemie care face posibil jocul interpretării. De aceea, arta de valoare este durabilă,

iar semnificația sa rezistă în timp și datorită contextului în care aceasta s-a născut.

Al doilea aspect al distincției între culturi (care urmează aceleia între „context sărac” și „context bogat”) este cel al relaționării între termenii „densitatea contextului” și „stabilitatea culturii”. Acțiunile care au un context bogat au, prin definiție, rădăcini puternice în trecut, sunt rezistente la schimbări sau foarte puțin influențate de acestea și foarte stabile. Comunicarea în context bogat este economică, rapidă, eficientă și satisfăcătoare: mesajul nu conține chiar toată informația necesară înțelegerii sale. În schimb, este necesar un timp oarecare alocat programării comunicării: producția, ca și receptarea mesajului presupun o cunoaștere a contextului, care necesită timp. Culturile care se nasc în urma comunicării în context bogat acționează ca forță de unificare și de coeziune, păstrându-se durabile și rezistente la schimbare.

În replică, actele de comunicare în contexte sărace nu sunt menite să unifice; ele se pot schimba rapid, fără rezistență, fiind extrem de vulnerabile. Acest tip de comunicare, proprie culturilor tehnice, nu face un apel deosebit la context, omițând să țină cont de bunurile imaginare comune ale grupului și tinzând să fie cât mai explicită.

Paradigma textului

Așa-numita „paradigmă a textului” este una din contribuțiile cele mai substanțiale aduse la înțelegerea fenomenului comunicării de către filosoful Paul Ricoeur¹⁰. Acesta examinează, dintr-un unghi filosofic și semiotic, acel „ceva” care distinge limbajul vorbit de cel scris. Conceptul de „discurs” stă la baza reflecției pe care el o

construiește. Discursul este contragreutatea la ceea ce lingviștii numesc „cod lingvistic”; se poate spune că fraza este pentru discurs ceea ce este semnul pentru cod, adică este, nici mai mult, nici mai puțin decât unitatea de bază. Discursul este considerat drept „eveniment” al limbajului. În opinia lui P. Ricoeur, acesta prezintă patru caracteristici: prezența locutorilor, intenția subiectului de a vorbi, referința la realitate și raportul cu destinatarul, trăsături care se concretizează diferit în vorbire și în scris. Breșa textualitate/ vs./ oralitate antrenează o serioasă schimbare de optică în evaluarea raporturilor dintre limbaj și lumea înconjurătoare, precum și între limbaj și interlocutorii care îl practică.

Să examinăm mai întâi care din aceste trăsături apar atunci când enunțul, în loc de a fi pronunțat, este înscris direct în text. Pe de o parte, trebuie luate în calcul cele patru caracteristici ale vorbirii. Pe de altă parte, este important de examinat care este destinul lor în procesul trecerii de la oral la scris.

– Prezența locutorilor

Vorbirea există, ca orice alt eveniment, doar la timpul prezent. În schimbul realizat în timpul vorbirii, ambii locutori sunt prezenți, dar diferit „distribuiți” în situații, ambianțe, circumstanțe. În trecerea de la vorbire la scriitură, ceea ce se fixează în scris este chiar *enunțul*, care este distinct față de *a spune* (echivalentul enunțării).

– Intenția locutorului

În cadrul discursului oral, fraza are un locutor. Discursul îl plasează *aici* și *acum* pe cel care se regăsește în categoria lui „eu” atunci când vorbește. Intenția subiectului

care vorbește și semnificația discursului său se împletesc reciproc. În trecerea către scriitură, intenția locutorului și aceea a textului nu mai coincid: „Viața textului se sustrage orizontului finit trăit de autorul lui”.¹¹

– *Referința la lumea înconjurătoare*

Discursul este întotdeauna rezultatul a ceva: el se referă la o lume pe care crede, pretinde că o descrie, o reprezintă și/sau o exprimă. În vorbire, discursul trimite către o lume și/sau o situație comună interlocutorilor. Textul scris se eliberează astfel de limitele referinței ostentative care este prezentarea directă, iar referințele sale se deschid către o lume mai vastă.

– *Raportul față de destinatar*

Discursul este o actualizare a limbii și se adresează cuiva; este chiar fundamentul comunicării. În actul vorbirii, interlocutorul este prezent în situația discursivă. Textul scris se adresează unei audiențe virtuale, unui public imaginar.

Trebuie remarcat că actul vorbirii are, în opinia lui Ricoeur, caracteristicile definite de Benveniste în cadrul fenomenului enunțării, așa cum apăreau în capitolul precedent. Pentru ultimul din acești doi cercetători, simpla enunțare a lui „eu” înseamnă în același timp însușirea limbii și întâlnirea față în față a locutorului cu celălalt. De fapt, în cadrul acestui raport se stabilește un mod de referință comun față de lume.

Ricoeur aplică cele patru trăsături ale textului noțiunii de acțiune umană. Trebuie, înainte de a urmări analiza filosofului francez, amintită definiția dată de sociologul

Max Weber științelor umane. El a apreciat că obiectul științelor umane este o conduită orientată într-un anumit sens („o activitate rațională cu un final prevăzut”). Ricoeur și-a propus să examineze natura acțiunii orientate, având ca punct de plecare paradigma textului, centrată pe cele patru criterii ale textualității. Astfel, acțiunea va fi considerată ca obiect de studiu științific, deoarece ea poate să dea naștere unei obiectivități echivalentă fixării discursului în cadrul scriiturii. Ricoeur arată cum acțiunea poate fi considerată un mod de enunțare, iar interpretarea acțiunii umane poate fi o combinație între explicație și înțelegere. Ceea ce este echivalentul concepției conform căreia paradigma textului fixează semnificația și obiectivul. Cultura, fie că se manifestă sub forma operelor artistice sau a evenimentelor semnificative (care sunt produsele acțiunii umane) este îndreptățită să fie, în această optică, obiect al științei.

FUNCȚIONAREA TERNARĂ A CULTURII

A concluziona cum se cuvine acest capitol consacrat medierii prin cultură în relația manifestare-individ-lume de referință înseamnă a propune un alt model de funcționare, diferit de cel semiotic bazat pe logica binară. Acesta este modelul ternar, construit pe metafora expresiei, care stabilește o „permutare” circulară între trei termeni: manifestarea, expresia (ca fapt care poate fi perceput) – individul (care produce și / sau trăiește această manifestare) – cadrul cultural și social în care expresia capătă sens.

Premisele de la care se pleacă în conjugarea în pereche a termenilor sunt următoarele: individul nu există în afara

manifestărilor care îl exprimă și orice individ se raportează la un context cultural.

Deci, fenomenul cultural nu poate fi înțeles decât traversând această mișcare circulară în care se conjugă o manifestare concretă (expresia), o societate (care se exteriorizează sub o formă simbolică) și un individ care este exprimat de acestea. Manifestarea capătă sens în anumite circumstanțe care alcătuiesc contextul cultural în care se dezvoltă. Manifestarea individuală este o formă simbolică de exprimare a societății.

Este vorba într-adevăr de o funcționare ternară a culturii, tocmai pentru că raportul între doi termeni din cei trei nu este posibil fără intermedierea celui de-al treilea. Dacă unul din cele trei elemente ale relației este suprimat, se produce o reducere ideologică a culturii.

Sunt posibile în contextul dezbaterii noastre trei tipuri de reducere. Prima poate fi calificată drept „expresionistă” și este corelată cu o concepție a culturii conform căreia manifestarea individuală nu este influențată cultural. Este ignorat în cadrul acestui demers fondul cultural, mediul, care dau un sens concret actului care exprimă ceva. În orice tip de expresie, individul utilizează, de cele mai multe ori fără să conștientizeze, „codul” cultural, care intervine ca un ecran care organizează modurile de percepție a realului. În reducerea „expresionistă”, comportamentele sunt considerate ca naturale, chiar dacă sunt transmise sau sunt rezultatul unui „habitus” în sensul utilizat de Bourdieu: un mecanism structurat interior, deși poate să nu fie strict individual, nici unicul determinant al conduitelor¹². Este vorba de reducere expresionistă în teoriile care accentuează fenomenele ca spontaneitatea, creativitatea, expresivitatea, ignorând contextul.

Cel de-al doilea tip de reducere elimină din discuție manifestarea ca și realitate concretă și unică atribuită identității persoanei. Din această perspectivă, individul este considerat un simplu produs al culturii. Reducerea este astfel numită instituțională, în măsura în care actele concrete individuale nu au decât o funcție de reproducere sau de recunoaștere a codurilor instituției.

Ultima formă de reducere se regăsește atunci când cultura este considerată ca un fapt independent de cei care o trăiesc. Ea se reduce atunci la un inventar de obiecte: produse artistice, norme, ritualuri, simboluri. Denumirea acestei reduceri ca una „reifiantă” are legătură cu faptul că ea delimitează o cultură a obiectelor care o compun. Este considerată, de asemenea, ca un tezaur acumulat prin creație sau ca un catalog sau inventar care nu recunoaște uzul obiectului cultural. Mai poate fi interpretată ca un mod de a clasa, stabilind raporturile de corespondență între opere, organizând filiere și regroupându-le. Cultura trebuie, din acest punct de vedere, aprofundată ca sistem în sine, ignorându-se faptul că poate fi un mod de a face o posibilă ordine a unei vorbiri / limbaj cultural.

Note

1. SAPIR, E., op. cit., pp. 325-358.
2. MARCUSE, H., *L'homme unidimensionnel. Essai sur l'idéologie de la société industrielle avancée*, traducere din limba engleză, ediția Minuit, col. „Points”, Paris, 1968.
3. MARCUSE, H., op. cit., p. 94.

4. MORIN, E., „De la culturanalyse à la politique culturelle“, *Communications*, nr. 14, Ed. Seuil, Paris, 1969, pp. 5-38, articol reluat în *Sociologie*, Fayard, Paris, 1984, pp. 345-342.
5. HALL, E., T., „*Le langage silencieux*“, Ed. Seuil, col. „Points“, Paris, 1984, p. 219.
6. HALL, E., T., „*La dimension cachée*“, Ed. Seuil, col. „Points“, Paris, 1971.
7. HALL, E., T., „*Au delà de la culture*“, Ed. Seuil, col. „Points“, Paris, capitolele 6 și 7, 1987.
8. HALL, E.T., „*Au delà de la culture*“, *op. cit.*, p. 92.
9. HALL, E., T., „*Au delà de la culture*“, *op. cit.*, p. 93.
10. RICOEUR, P., „*Du texte à l'action. Essai d'hermeneutique II*“, Ed. Seuil, Paris, 1986, pp. 183-210.
11. RICOEUR, P., *op. cit.*, p. 187.
12. WACQUANT, L., J.-D., „*Introduction*“ în Bourdieu, P. *Réponses*, Seuil, Paris, 1992, p. 25.

5

Cultura și comunicarea de întreprindere

PUTEREA CULTURII

În numărul special al „*Revue française de gestion*“ consacrat culturii de întreprindere, Jean-Luc Vachette remarca apariția conceptului „corporate culture“ în Statele Unite ale Americii, la sfârșitul anilor '70 (concept echivalent celui de „cultură de întreprindere“). Nașterea conceptului se mula perfect pe nevoia de atunci a întreprinderilor de a „mobiliza ansamblul personalului întreprinderii și de a-l face să adere la „identitatea“ unică a organizației“¹.

Nașterea conceptului „corporate culture“ în literatura managerială venea, fără îndoială, să legitimizeze o concepție instrumentală a culturii, a cărei justificare venea din nevoia de adaptare a salariaților la schimbările strategice impuse de criza economică. Efectele care se așteptau din partea culturii instituției asupra procesului schimbării și apartenenței explică această punere în context.

Totuși, spațiul epistemologic în care s-a construit acest concept este tot antropologia culturală. Mai trebuie semnalat, înainte de a avansa în analiză, că dimensiunea operațională a culturii s-a aplicat inițial în Franța în cadrul unei politici de intervenție a statului. Instrumentalizarea culturii în încercarea de control al transformărilor sociale s-a dezvoltat în societatea franceză într-un mod difuz și homeopatic în anii '60 și, într-un mod mai intensiv, în decada următoare.

Nu putem merge mai departe fără să amintim semnificația profundă a ideologiei culturaliste a lui Malraux. Înainte de a fi un mijloc de rezolvare a contradicțiilor socio-economice, înainte chiar de a fi însoțitor al transformărilor sociale, cultura este, în viziunea lui Malraux, un mijloc de a lega indivizii în jurul aceleiași idei. Acțiunea culturală putea să devină un proiect global care să articuleze dezvoltarea socială cu cea economică². A ignora apariția temei culturii de întreprindere în contextul încercărilor de rezolvare a conflictelor și a tensiunilor produse de criză, înseamnă a izola întreprinderea de procesele socio-economice și culturale care s-au produs în societatea franceză.

Întreprinderea este un dublu sistem: social (în care intervin actori individuali) și un sistem care este doar o parte dintr-un ansamblu mult mai complex. Vorbind despre întreprindere, nu poate fi ignorat, de asemenea, aspectul esențial al oricărui sistem: interdependența între părți și întreg. La nivelul conceptului de identitate a culturii de întreprindere, acest aspect poate căpăta două fețe: planul individ-organizație, pe de o parte și planul organizație-societate, pe de altă parte. Dualitatea legăturilor comportamentelor individului față de organizație și societate ridică noi întrebări.

Din ce rezultă poziția întreprinderii ca spațiu de producție a unei identități culturale specifice? Cum sunt identificate practicile individuale de lucru, care să facă parte din cultura organizației și care să facă parte din cultura națională? Cum determină spațiul de lucru identitatea individuală și apartenența la organizație? Care este legătura între spațiul de lucru și spațiul social general? Întrebările cer stabilirea raporturilor între cultura societății și aceea a sub-ansamblului ei care este întreprinderea.

Trăsăturile culturii de întreprindere selectate pentru a fi raportate la o cultură națională diferă de la un autor la altul. În schimb, toți sunt de acord că aceasta influențează tipurile de organizație. De exemplu, este suficient a aminti aici criteriile de diferențiere între culturile de întreprindere propuse de autorii G. Hofstede și Edward T. Hall.

Hofstede descoperea în cursul unei anchete desfășurată în anii '60 în interiorul unei societăți multinaționale și în câteva filiale ale acesteia, patru caracteristici ale câtorva mentale colective: distanța față de putere, respingerea insecurității, masculinitatea, individualismul, care permit un clasament al formelor de organizare în funcție de țară³. Criteriile enumerate mai sus și rezultatele anchetei întreprinse de Hofstede arată corespondențele care se pot stabili între programul mental al unei populații (în baza predispozițiilor pe care le au indivizii după cultura lor de origine) și tipul de organizație care se adoptă într-o țară, plecând de la modelul organizării raționale. De exemplu, Franța favorizează organizarea ierarhică și garantează securitatea în condițiile în care în țările anglo-saxone domină individualismul. În opinia lui Hall, componentele culturii care pot folosi la stabilirea unor diferențe de comportament cultural în funcție de țară trebuie căutate atât

în modurile de percepție a timpului și spațiului cât și în puternica sau slaba referință la context în procesul comunicării. O așa-numită discriminare a culturilor pleacă și de la distincția monocronie / policronie. După acest criteriu, Hall distinge două tipuri de comportament cultural. Pentru anumite culturi, timpul este „monocronic”, adică nu se face sau nu se evaluează decât un singur lucru într-o unitate de timp. În Statele Unite, această concepție liniară a timpului este un produs cultural similar celui din țările din Nordul Europei. Mediile de afaceri americane și germane sunt monocronice. În țările sudice, concepția asupra timpului este „policronică”: se pot face mai multe lucruri în același timp. Întâlniri, relații interpersonale, așteptări, activități simultane se pot juxtapune sau pot interfera.

Noțiunile de „context bogat” și „context sărac”, definite în capitolul precedent, sunt în mod egal utile pentru a lămuri funcția culturii ca ecran selectiv între individ și lumea exterioară. Astfel, Hall stabilește o legătură între întreprinderile cu o identitate care constrânge, impunând un cadru de referință dens (context bogat) și conduitele individuale care lasă foarte puțin loc inițiativelor (atitudini și mesaje care dau prea puțină informație). Acesta este doar un punct de vedere teoretic care propune o paradigmă de analiză a atitudinilor și relațiilor în cadrul organizației; el este, însă, suficient pentru a indica trăsăturile care permit definirea culturii de întreprindere. Dar oricât de pertinente ar fi toate aceste trăsături, trebuie arătat mai întâi modul în care organizează ele relațiile indivizilor în cadrul lucrului. În lipsa acestei explicații, caracteristicile nu au decât o valoare descriptivă, fără a avea o influență reală

asupra organizării și asupra raporturilor sociale ale întreprinderii.

ELEMENTELE DE IDENTIFICARE A CULTURII DE ÎNTEPRINDERE

Noțiunea de „corporate culture” utilizată de managerii anglo-saxoni este fragmentară, căci se definește adesea ca o noțiune substitutivă a modelului tehnocratic, care este, de asemenea, produs al culturii de întreprindere. În majoritatea cazurilor, modul de a aprecia cultura globală a culturii de întreprindere poate duce la juxtapunerea trăsăturilor fără a le pune în sistem. Diferitele componente izolate: valori, mituri, simboluri, ritualuri, eroi nu sunt examinate în planul relațiilor structurale dintre ele, nefiind articulate nici cu sistemul culturii naționale în care acestea se dezvoltă.

Banalizarea conceptului derivă și din instrumentalizarea sa. Referința la cultură este efectuată în diverse scopuri: pentru a facilita adaptarea la mediu, pentru a favoriza integrarea și dezvoltarea sentimentului apartenenței. Considerată inițial ca o reprezentare mentală, cultura a fost ulterior convocată pentru a asigura coerența comunicării globale. Având ca sarcină gestionarea comunicării interne, cultura este etichetată după caracterul său operațional; de aceea, se vorbește adeseori despre cultură bogată, cultură puternică, cultură constrângătoare, etc.

Segmentarea și instrumentalizarea culturii nu fac mai coerente diverse forme de comunicare din interiorul întreprinderii; în plus, nici nu determină articularea practicilor, al căror loc comun este. Cultura este separată

de datele reale care determină condițiile de lucru devenind „être-signé”, un dat care se deduce din arhitectura, logos, amenajarea spațiului, etc.

Se poate vorbi despre două maniere diferite de abordare a culturii. Prima se ocupă cu analiza practicilor de lucru, determinarea de reguli, reprezentări implicite, valori, tehnici. Concepția este praxeologică, considerând cultura ca bornă de orientare a activităților și determinând relațiile de putere în cadrul întreprinderii. O altă viziune constă în descrierea semnelor perceptibile care permit distincția între diferitele întreprinderi, dând o imagine a identității fiecăreia dintre ele. Demersul este reprezentativ pentru curentul de opinie bazat pe raportul semiotic care stabilește, pe de o parte, o relație între semnificant și ceea ce denotă el, pe de altă parte, relația se stabilește între semn și ceea ce semnul reprezintă în organizarea materială a întreprinderii. Vom evoca în primul rând elementele care sunt luate în calcul de regulă pentru a caracteriza cultura întreprinderii, pentru a putea merge mai departe în descrierea trăsăturilor care condiționează raporturile sociale.

Practici implicite. Practici explicite

Conceptul de „habitus” definit de Bourdieu poate constitui un cadru de reflecție în care să poată fi descrise practicile comportamentale care se impun salariatului. Habitusul funcționează ca o matrice generativă a comportamentelor istoric determinate și înrădăcinate în cadrul întreprinderii. Un exemplu care să reflecte aceste atitudini, care se impun fără a fi necesară invocarea explicită a acestora, este recrutarea cadrelor în anumite întreprinderi

americane, sau chiar recrutarea favorizându-i pe cei apropiați, așa cum se întâmplă până nu demult în întreprinderi naționalizate, precum SNCF sau EDF.

Ar putea fi puse în același plan chiar modurile operaționale de lucru. Astfel, la Procter & Gamble, de exemplu, nici un produs nu este lansat înainte de a fi măsurat din punct de vedere al performanțelor sale și înainte ca firma să se asigure că nu există în cadrul organizației sau al concurenței un produs similar superior. În acest sens, poate fi calificat drept *habitus* starea de spirit pe care anumite companii încearcă să o impună în interiorul lor: spiritul de echipă (Matra), competiția internă (Pepsi Cola). În alte cazuri, *habitus*-urile devin reguli: în unele companii, directorii sunt de regulă aleși dintre oamenii din producție; în altele, cei care ajung în funcții de conducere trebuie să fie absolvenții unor instituții de prestigiu din învățământul superior. Practicile nu se referă decât la un anumit tip de salariați, cei care au un anumit grad de autonomie în munca lor. Practicile condiționează percepțiile și judecățile de valoare și trimit la valorile interiorizate ale individului.

Valorile

Unele întreprinderi au la bază și își fac un ideal din valorile care își au originea în imaginea fondatorului său. Deși această figură este cel mai adesea un mit, nu este mai puțin adevărat că anumite comportamente de lucru sunt valorizate în raport cu un istoric. În cadrul firmei Renault, de exemplu, accentul pus pe produs și competiția tehnică, valabile încă în anii '70, devenise paralel cu refuzul birocrăției și disprețul față de vânzări. Un alt exemplu este accentul pus de FNAC pe serviciul oferit consumatorului,

care devenise principiul de bază al organizației. În cele două exemple, valorile anunțate sunt produsul unei istorii care are la bază mitul fondatorului. În particular, funcțiile care sunt valorizate sunt: la Renault, activitatea de concepție și cercetare; la FNAC, calitatea serviciului și atenția față de produs. Aceste valori anunțate se inserează într-o cultură divizată.

Semne distinctive și simboluri

Semnele pot fi dirijate către exterior, așa cum sunt materialele grafice, uniforme, *logo*-urile, clădirile, sau pot fi direcționate în interior, în locurile de difuzare a informației, amenajarea birourilor, fluxurile din întreprindere. Aceste tipuri de semne nu au numai valoare de imagine, ele sunt creatoare de sens și de raporturi sociale. Ele dau o legitimitate, ordonează o ierarhie, simbolizează puterea. După toate aceste ordonări ale componentei culturii de întreprindere, se poate opera și distincția între cultura patrimonială și cultura antreprenorială.

Prima are la bază un model aristocratic, având în centrul său seniorul cu drepturi divine, așa cum au fost „maîtres de forges” (stăpânii oțelului) din secolul XIX. Practicile implicite relevă atitudini paternaliste față de angajați. Contactul între șeful ierarhiei și muncitori este direct și personal, iar comunicarea este ca aceea de la tată la fiu. Aspectele nenumărate ale vieții extra-slujbă sunt legate tot de întreprindere: locuință, școală de perfecționare, activități sociale. Valorile sunt familiale și protejate: nu există acționari sau amestecul Statului. Exemplul-tip pentru cultura patrimonială este industria oțelului: avem, deci, un model de cultură în context bogat, puțin propice schimbării.

Cultura antreprenorială este fondată pe ideea că dezvoltarea calitativă a producției, competența și implicarea salariaților pot să rezolve chestiunea socială. În acest tip de cultură, practicile favorizează inovația și diversificarea produselor. Tehnicile sunt evolutive și urmăresc creșterea mobilității și competiției. Valorile și semnele sunt ale modernității, ale noutății și ale vitezei. Acest tip de cultură se produce într-un context sărac, sensibil la schimbare.

CULTURĂ ȘI IDENTITATE

Conceptul de cultură are relevanță în cadrul întreprinderii doar în relație cu conceptul de identitate a organizației. Identitatea se definește ca fiind un dat istoric, cu origine, evoluție, schimbări.

Identitate, istorie și organizare

Începutul anilor '50 în Statele Unite coincide cu primele preocupări despre istoria organizației. De exemplu, firma Procter & Gamble face apel la istorici pentru a lămuri originea întreprinderii, rădăcinile, evoluția sa. Exemplul său este urmat la interval de două decenii și de alte firme. În Franța, prima inițiativă serioasă are loc la Saint-Gobain, când serviciul de arhive încredințează unui istoric studiul asupra întreprinderii. După glorioșii ani '30, indispoziția conducătorilor față de cercetările de sociologia întreprinderii, a organizării științifice a muncii, a managementului îndreaptă atenția cercetătorilor către factorii raționali ai vieții de întreprindere în cadrul evoluției sale. Istoria, indiferent cum este relatată, sau reconstituirea / interpretarea faptelor construiește o memorie a cărei rațiune

este de a face cunoscut și a împărtăși. Istoria conduce la ceea ce poate rămâne valabil și astăzi. Deci, identitatea nu este un dat cucerit, este un rezultat istoric.

Identitatea întreprinderii poate fi abordată din diverse unghiuri. Modelul instituțional cel mai complex permite definirea identității organizației plecând de la elementele sale constitutive. O altă viziune a întreprinderii este cea a organizării materiale: mărime, dotări, personal, cifră de afaceri, un alt mod de a privi problema este cel al statutului juridic-financiar: societate anonimă, filială de grup, cooperativă de producție, etc. Modelul organizațional al lui McKinsey, un celebru consultant de întreprindere, propune șapte variabile pentru a identifica o întreprindere: structura, strategia, stilul de management și procedurile (funcțiile, relațiile), competențele, cultura de întreprindere (valorile comune).

Oricare ar fi modelul propus pentru identificarea întreprinderii, trebuie totuși insistat asupra relațiilor între identitate și cultură. Cultura exprimă și manifestă identitatea. Identitatea întreprinderii este o entitate construită, care devine realitate atunci când structura, organizarea personalului, sistemul și procedurile iau un sens comun în reprezentările colective alcătuind, deci, cultura. Identitatea întreprinderii poate fi evaluată și în funcție de comportamentele individuale, ceea ce presupune un fenomen de identificare a indivizilor, realizat prin mecanisme de proiecție, de adeziune, de introducere. Producerea de identitate este, deci, un fenomen psiho-sociologic care stă la baza sentimentului de apartenență și de integrare în grup. Este vorba despre participarea la un proiect, fiind în același timp un mijloc de management și de gestiune. Producția de identitate trece prin comunicare, iar difuzarea culturii, prin numeroasele sale componente.

Legitimitatea autorității și a culturii de întreprindere

În timp ce Taylor punea la punct în Statele Unite organizarea rațională a sarcinilor în cadrul întreprinderii printr-o metodă care se dorea a fi științifică (1911), sociologul german Max Weber reflecta asupra raporturilor între economie și societate. Mai precis, asupra diferitelor forme de autoritate și bazei acestora. Astfel, Weber definea cele trei fundamente posibile ale autorității, așa-numitele trei rațiuni interne care justifică dominarea într-un cadru legitim. Așadar, el distinge:

- autoritatea tradițională transmisă prin datini intangibile și obișnuința naturală ca acestea să fie respectate (autoritatea patriarhului, a seniorului feudal, etc...);
- autoritatea carismatică: fondată pe atracția personală, carisma (autoritatea profetului, a șefului militar, a conducătorului de mase, etc.);
- autoritatea legală, care se menține prin credința în validitatea unui cadru legal și a unei competențe pozitive fondată în virtutea unor reguli raționale.

Cele trei forme de exercițiu al autorității dau naștere la trei tipuri de legitimitate, din care se nasc trei forme de identitate în organizarea puterii:

- legitimitatea tradițională, fondată pe o ordine sacră;
- legitimitatea carismatică, ce repune în drepturi calități excepționale ale individului;
- legitimitatea birocratică, bazată pe reguli alcătuite în temeiul legalității instituției și a persoanelor desemnate să-și exercite autoritatea.

Identitate și cultură birocratică

Organizarea birocratică este fără îndoială o formă contemporană obișnuită de identitate a întreprinderii, care a stat la baza dezvoltării industriale. În centrul acestui tip de organizație se află un model de dominare de tip rațional și impersonal, necesar dezvoltării organizației, atunci când aceasta are dimensiunile și complexitatea marilor întreprinderi. Deținătorul autorității face uz de aceasta în virtutea funcției sale. Dominarea este rațională; se justifică în raport cu un scop, nu cu o valoare. Întreprinderea birocratică dezvoltă atunci un anumit tip de cultură care nu ține cont de factorul individual „invenție afectivă”. Interesul personal, afectivitatea, sentimentele sunt excluse și înlocuite prin raporturi formale în organizarea activității. Funcțiile tehnică, comercială, financiară, de securitate, de compatibilitate, administrativă și consecințele lor sunt riguros reglementate: posturile sunt fixate în mod precis, ca și specializarea funcțiilor. Recrutarea personalului se face pe baza concursului, a unui examen sau a unei diplome; salariile sunt ierarhizate după o scală internă și în funcție de responsabilități. Avansarea se produce în condiții obiective. Cultura birocratică stabilește o linie clară de demarcație între funcție și individul care o ocupă: nici un funcționar sau salariat nu este „proprietar” veșnic al postului pe care îl ocupă.

IDENTITATE, CULTURĂ, COMUNICARE

Analizele de management au trecut de la percepția întreprinderii ca societate de capitaluri la aceea a întreprinderii ca și colectivitate de indivizi angajați în

practici colective. Există câteva puncte de vedere importante care ghidează analiza funcționării întreprinderii în baza triadei identitate-cultură-comunicare. Cultura va fi considerată ca substanță care exprimă identitatea întreprinderii și ale cărei forme și circulație relevă comunicarea de întreprindere.

Avându-l ca punct de plecare pe Auguste Comte (autorul teoriei celor trei faze de evoluție a umanității), există trei vârste în managementul cultural: era teologică, era metafizică și era pozitivă. Fiecare dintre ele postulează un demers privilegiat care determină relații particulare între identitate, cultură, comunicare.

Era teologică corespunde unei supravalorizări a maginarului. Identitatea este dată de părintele fondator, care nu este altcineva decât o persoană mitică. Cultura este definită în termeni de ritualuri, de mituri, de anecdote simbolice. Literatura managerială este bogată în anecdote fondate pe aceeași structură, relevând mitul. De exemplu, este foarte frecvent mitul conducătorului, obligat de un subaltern să se supună unei reguli date (cazul președintelui IEM împiedicat de portar să intre în clădire, pentru că îi lipsea ecusonul). Comunicarea, descendentă, se prezintă sub forma unor plachete de lux, ca și legile întemeietoare, marcate prin ceremonii spectaculoase.

Era metafizică corespunde regnului abstracției. Identitatea este definită ca esență: „sufletul este spiritul întreprinderii”, scria Alain Etchegoyen în „*Au întreprinderile sufletul lor?*”⁴. Cultura se definește ca o paradigmă, ca un nou mod de a denumi organizația. Cultura de întreprindere se situează atunci între cultura externă, a mediului și subculturile grupurilor care au dezvoltat o identitate distinctă în cadrul organizației. Comunicarea este

decupată în segmente: comunicare instituțională, comunicare de tip marketing, comunicare internă. Obiectivele sunt sectorizate, țintele sunt definite, mijloacele sunt de suport-fragmentate. Este vorba, bineînțeles, de un decupaj abstract al modurilor de comunicare. În această fază de abstractizare, dominantă este problematica lui „a fi”: întreprinderea *este* o cultură. Dar „a fi” este doar unul din elementele constitutive ale întreprinderii și nu un concept structurant.

Era pozitivă corespunde unei dominări a observației (raționalizare și reglementare). Identitatea este definită în termeni de istorie și de sistem. Cultura este descrisă ca o structură ale cărei elemente constitutive trebuie descoperite. În această optică, ideea centrală a managementului este aceea că o strategie impune soluții structurale unice. Comunicarea apare ca o punere în formă, iar difuzarea culturii trebuie să vizeze personalul, clientul, mediul.

Oricare ar fi însă punctul de vedere ales pentru a defini cultura, acesta determină atât concepția de organizare, deci și de identitate a întreprinderii, cât și modurile de comunicare. Adică o considerare ca atare a culturii orientează gestiunea relațiilor sociale ale întreprinderii. Cultura, în ciuda ambiguităților care apar în înțelegerea sa rămân o noțiune centrală. Ea poate fi un concept operațional de analiză a întreprinderii, cu condiția de a nu fi considerată ca un sistem de valori sau de reprezentări. Cultura notează practicile individuale în timpul muncii. Devine, de aceea, necesară definirea a ceea ce, în cultura de întreprindere, poate fi divizat între membrii personalului, în funcție de locul ocupat în fluxul de producție.

Adesea, în literatura managerială, cultura este o trăsătură printre altele, o variabilă a organizației, un su-

produs. Această apreciere segmentând cultura, separând-o de alte caracteristici ale întreprinderii, o privează de dimensiunea sa structurantă. Sunt excluse, deci, din discuție, tehnologia sau modurile de funcționare și de organizare. Decupajul segmentar al întreprinderii în sub-sisteme aflate în interacțiune face din cultură obiectul unei paradigme, similară, să zicem cu paradigma-organizație, atunci când aceasta este un produs parțial al culturii. Această concepție riscă să subestimeze fundamentul culturii: puterea sa de coerență și de totalizare a comportamentelor, a structurilor de organizare, a practicilor de lucru.

Note

1. VACHETTE, J.L., art. „Peut-on mettre en évidence la culture de l'entreprise” în *Revista franceză de gestiune*, sept.-oct., 1984, nr. 47-48, p. 74.
2. Cf. JEAN CAUNE, „La culture en action. De Vilar à Lang, le sens perdu”, PUG, Grenoble, 1992.
3. HOFSTEDE, G., „Culture's consequences. International differences in work values” citat de Sainsaulieu, R., în „Sociologie de l'organisation et de l'entreprise” Dalloz, Paris, 1987, p. 147.
4. ETCHEGOYEN, A., „Les entreprises ont-elle une âme?”, ed. François Bourin, 1990.

6

Arta și comunicarea

ARTA CA FORMĂ CULTURALĂ

Arta este un mod de a forma și de a înregistra lecții ale experienței. Astfel privită, activitatea artistică este una din cele mai semnificative forme culturale, particularitate ce îi este dată prin reprezentarea modurilor în care sunt percepute spațiul și timpul. Arta este cea care unifică percepția asupra spațiului și stabilește relația între trecut, prezent și viitor. Replica lui Parsifal din Wagner ilustrează perfect această afirmație: „*Du siehst, mein Sohn, Zum Raum wird hier die Zeit*“ („*Vezi, fiul meu, aici spațiul naște timp*“).

Arta ca reprezentare a spațiului și timpului poate fi înțeleasă prin intermediul științei și prin prisma intențiilor. În plus, atunci când vrea să audă sau să înțeleagă, spiritul rămâne pasiv; el înregistrează o reprezentare care nu este aceeași pentru fiecare individ; nici o imagine nu se formează fără o participare a memoriei colective. Astfel, fiecare mișcare estetică aduce transformări ale reprezentării

spațio-temporale a lumii. De exemplu, perspectiva lineară impusă de Quattrocento aduce o reprezentare unitară care înlocuiește o reprezentare parcelată. Căci reprezentarea lumii cu trei dimensiuni pe o suprafață cu două dimensiuni nu este firească spiritului uman. O anumită grijă experimentală și științifică de a explora reprezentarea spațiului face ca un univers geometric să se substituie unui aluziv și simbolic, specific Evului Mediu. Descoperirea fotografiei și a imaginii va avea și alte consecințe plastice. În literatură, romanul ilustrează modul în care arta ține cont de reprezentările colective. Nașterea romanului argumentează strânsa legătură dintre spațiul social și spațiul intim. Coincidența între nașterea societății ca organizare și ca spațiu public, pe de o parte, și declinul familiei, pe de altă parte, produce forma narativă fondată pe relatarea existențelor personale, inserate într-o istorie colectivă. În secolul XX romanul realist atinge apogeul, iar forma sa, amintind de reportaj, anticipa viitorul obiect de lucru al sociologiei.

Totuși, arta nu este oglinda realității; nu a reușit acest lucru nici măcar estetica realistă din teatru, pictură sau cinematograf. Conștiința estetică nu este imediat socializată, căci semnificația nu este nici imediată, nici naturală. Ea trebuie doar comunicată receptorului care o integrează experienței sale. Theodor W. Adorno este autorul teoriei ambițioase din anii '60 care unifica estetica, filosofia, metafizica, filosofia istoriei. Teoria aprecia operele de artă ca fiind produse ale activității umane, fiind artefact „care este refuzat obiectelor naturale și subiectelor care le produc”¹. Opera de artă din această perspectivă este un răspuns la propria sa întrebare „nici o operă de artă nu trebuie descrisă sau explicată în categorii ale comunicării”² Valéry vorbea de asemenea, despre refuzul de a discuta arta în termenii comunicării.

Dar arta este un fapt social. Ea nu poate fi redusă la o reflecție sau refracție a realității, ori transformată într-un simplu produs al realității. Nu poate fi însă contestat raportul între artă și realitatea existentă, vizibil la nivelul elementelor sale. Care este atunci relația între arta și cultura care o produce, cum poate fi considerată arta la nivel individual? Care este modul de inserție al artei în societate?

Mai întâi, trebuie depășită concepția lui Adorno, limitată, care face din artă doar transmițătoarea unui conținut. Într-adevăr, opera de artă nu transmite, nu traduce o semnificație care preexistă în ea; este ca și cum ai spune că un tablou este doar ceea ce pictezi, nu și ceea ce reprezintă. Artă nu dă formă semnificațiilor care sunt, altfel, explicit formulate. Artă construiește o lume. Artă, ca fapt social și expresie personală, în același timp, informează și orientează percepțiile, construiește imaginarul, sublimază emoțiile, stabilește relații. Este important atunci să vedem care sunt condițiile teoretice și metodologice care permit analiza practicii și a obiectului artistic din punctul de vedere al fenomenelor de comunicare. Obiectul artistic și forma vor fi deci evocate ca suport de informație, sursă de semnificații și producție de sens.

ARTA, SUPOORT DE INFORMAȚIE, SURSĂ DE SEMNIFICAȚIE

Artă este un mijloc de cunoaștere a societății. Din acest punct de vedere, conținutul artei poate fi considerat ca informație?

Artă este loc de întâlnire și un loc comun al nenumăratelor grupuri sociale: este un mijloc de existență pentru unii, mijloc de expresie, mod de propagandă, de dominare

pentru alții sau de plăcere pentru cei mai mulți. Artă reflectă dezvoltarea grupurilor eterogene: artistul, instituțiile, publicul. Artă este un instrument de a alege pentru a descoperi resorturile ascunse ale unei societăți. Constatarea are valoare nu numai în literatură; ea se aplică și marilor curente estetice, care se revendică drept realiste sau, din contră, care se vor în ruptură cu reprezentarea mimetică a realității, așa cum au fost impresionismul sau expresionismul în pictură.

Logica semiotică aplicată artei este limitată: face analiza obiectului ca formă și conținut. Opera de artă este rezultatul unei munci a cărei semnificație nu este imediată. Semnificația operei se construiește și se analizează în cadrul fenomenului receptării. Semnificația nu este imediat prezentă; ea este produsul unei anumite sensibilități, al unui mod de a gândi și de a asocia lucrurile și faptele. Tranzacția artistică nu este un simplu consum pasiv, nici o asimilare oarecare a unui anumit conținut. Artă este o activitate fundamentală a spiritului, care nu are aceeași natură ca și activitățile de limbaj. Interpretarea operei nu se reduce la interpretarea temelor, în funcție de circumstanțe sociale și istorice.

PRODUCEREA UNUI RAPORT SOCIAL

Interesându-se de artă, filosofii au făcut-o pentru a nota influența sa asupra vieții sociale a indivizilor: Platon îi vizează pe poeții Republicii, preoții condamnau seducțiile prin artă. Aceste considerații mărturisesc recunoașterea efectelor artei. În cadrul reflecției asupra raporturilor dintre artă și societate (adică a examinării modului în care feno-

menul comunicării se dezvoltă plecând de la practica artistică), apar două întrebări: aceea a modului în care arta influențează viața colectivă, iar societatea dă naștere formelor expresive.

Cea de-a doua problemă se ridică pentru prima dată la începutul secolului al XVIII-lea, deși sociologia nu era constituită ca disciplină. Auguste Comte descrie, în cercetările sale sociologice, pe larg arta. El stabilește legătura între viața artelor și condițiile sociale, dar punctul său de plecare este o teorie care este fondată pe o idee abstractă a umanității. Teoria celor trei stări aduce, în viziunea sa, trei momente ale existenței și evoluției artei.

Starea teologică se caracterizează prin victoria imaginației asupra rațiunii. Artă nu există decât în măsură în care mitul se transformă din obiect al credinței necondiționate, în obiect al inspirației. Exemplul poate fi acela al teatrului care s-a emancipat din starea de ceremonie magică.

Starea metafizică se fondează pe predominanța principiului abstractizării, iar agenții supranaturali sunt înlocuiți prin abstracții personificate. Umanitatea se eliberează de puterea atribuită spiritelor, pe drumul emancipării sale. Emanciparea femeilor din categoriile claselor sociale privilegiate, duce la idealizarea sentimentelor domestice și la nașterea „artei curtoaziei”.

Starea pozitivă supune imaginarul observației. Se dezvoltă estetici care revendică o dimensiune critică în cadrul proiectului de emancipare colectivă. O bună parte din arta modernă continuă principiile filosofiei iluministe și se înscrie într-un proces de revoluție materială, culturală și spirituală. Odată cu David și Revoluția franceză, Géricault și aceea din 1830, Courbet și aceea din 1848,

Maiakovski și Revoluția din 1917 sau teatrul lui Brecht (care se vrea un teatru al erei științifice legat de proiectul de transformare a lumii) artă caută să facă o legătură între etică și politică. Această dimensiunea pozitivă a artei fondată pe observație și refuzul lumii luată ca atare, pune în operă procese sensibile care vizează efecte asupra conștiințelor individuale și colective.

Odată cu Tarde, la sfârșitul secolului al XIX-lea, artă este considerată ca o categorie socială având misiunea de a unifica oamenii; artă este un mijloc pentru îndeplinirea unui scop. Suport al relației sociale, cod al percepției sau cutie de rezonanță a schimbării, această perspectivă face loc mecanismelor comunicaționale. Nu vorbim încă de estetica sociologică, căci artă este examinată din punctul de vedere al influenței sale asupra psihicului uman, a cărei receptare este o „*claviatură a sensibilităților umane*” (Tarde).

Durkheim și mai ales Lalo, în 1914, cu a sa lucrare „Programul unei estetici sociologice” aduc în prim-plan ideea posibilității unei sociologii a artelor frumoase. Două teme se degajează progresiv. Prima se referă la condițiile sociale fără dimensiuni estetice și la modul în care condițiile sociale acționează asupra creației artistice. Artă devine atunci expresie socială, ca tehnică de uitare și de refulare sau ca o reacție împotriva acesteia. Cea de-a doua, lent dezvoltată, se referă la conștiința estetică și la problematica autonomiei artei. După cel de-al doilea război mondial conceptul artei ca limbaj este vizat de Roman Jakobson, Roland Barthes sau Christian Metz.

Considerarea artei ca producție de sens sub forma unui raport social cu un destinatar concret presupune emanciparea concepției imediate a sensului. În timpul tranzacției

estetice, sensul este postulat, nefiind niciodată accesibil în toată semnificația sa, fiind abordabil atât prin ceea ce este relevat, dar și prin ceea ce este ascuns. În final, sensul operei nu este niciodată suma semnificațiilor literale.

ESTETICA SOCIOLOGICĂ ȘI LIMITELE EI

Arta și procesul de mediere

Unul din postulatele implicite ale receptării simultane a artei este acela că orice om posedă facultatea de a o descoperi și de a o integra în experiența personală fără a face recurs la o tehnică specială de înțelegere a acesteia. Postulatul se regăsește în concepția lui André Malraux despre puterea artei de a stabili corespondențe și relații. Acest tip de viziune „magică” postulează ideea că nu este necesar să pregătești sau să întreții condițiile întâlnirii între operă și public. Această concepție a stat la baza politicilor culturale din debutul anilor '60: „*un om care dorește să se cultive nu poate fi împiedicat*” (Malraux).

Dar o politică de educare sensibilă nu apare, deci, necesară. Postulatul se fondează pe realismul cunoașterii: calitățile unei opere sunt imuabile și sunt independente de actul înțelegerii. Percepția obiectului artistic este dată de aparența sa, a cărei semnificație este imediată. Este vorba aici despre un neoplatonism având la bază ideea naturii intrinseci a obiectului de artă (frumusețea) și a obiectivității semnificațiilor atribuite de individ.

În realitate, opera de artă este fondată pe schemele de percepție, care sunt culturale și non-naturale. Obiectul de artă este un obiect de civilizare. O artă nu se constituie

niciodată ca un sistem de semne destinate materializării cunoștințelor dobândite. Obiectul este un loc de întâlnire între diferite percepții, care presupun învățarea lui a ști să privești, a ști să ascuți. Căci nu există o lectură imediată, spontană, automată. Cu cât mai necesară este o sociologie a folosirii artei, cu atât acest demers rămâne insuficient, din cauza deficiențelor care nu ridică întrebări asupra efectelor specifice ale procesului artistic.

Forma artistică

Claude Lévi-Strauss arată în „*Gândirea sălbatică*” modul în care arta este studiul organizării totalității, așa cum sunt gândirea științifică sau gândirea mitică³. Plecând de la miniatură, Lévi-Strauss menționează vocația estetică a acesteia, susținând principiul cunoașterii întregului înaintea părților. Exact în același mod se manifestă și sensibilitatea spectatorului față de obiectul artificial care este obiectul de artă. Emoția artistică vine din unitatea evenimentului și a structurii în cadrul aceluia lucru creat de om. În categoria „eveniment” intră tot ceea ce ține de accidental; structura este născută sub imperiul necesității. Acest tip de înțelegere a artei ca punct de întâlnire între structură și eveniment nu este îndepărtat de concepția conform căreia formele culturale (cuvinte, evenimente ale practicii culturale) au o structură organizată analog celei a limbii. Bogăția demersului lui Lévi-Strauss rezultă mai puțin din analogia între artă și limbaj, cât din relevarea celor trei momente distincte în creația artistică: ocazia, executarea, destinația.

Ocazia de a crea rezultă din convergența între un eveniment exterior și anterior creației, care intervine ca o provocare, catalizând creația. În pictura de șevalet, de

exemplu, o atitudine, o explicație, o expresie sunt la discreția hazardului. Pentru scriitor, factorul accidental este inclus în evenimentul care joacă un rol inspirator în abordarea subiectului. Coincidența se poate realiza chiar în faza de execuție. În pictură sau în sculptură, dialogul cu materia este, adesea, sursă de soluții plastice care se impun de la sine artistului. În teatru sau în cinematograf, accidentalul, întâmplătorul poate să intervină plecând de la selecția interpretului care orientează realizarea până la incidentele de filmare sau de reprezentare. În fine, destinația, în artele aplicate (arhitectură, design, etc.) se conturează în momentul în care relația cu utilizatorul lasă loc unei contingențe în „posedarea” obiectului de artă.

Însă, oricare ar fi momentul în care apare contingența în cadrul procesului creației artistice, forma are caracteristici de structură, nu numai din cauză că este percepută ca o totalitate. Ea este structurată ca un tot al cărui elemente nu au sens decât dacă sunt raportate la întreg. Una din regulile absolute ale picturii figurative se manifestă în folosirea metonimiei: această figură retorică de limbaj, utilizând partea în locul întregului, este în mod egal o figură a creației artistice. Această regulă nu este valabilă doar pentru pictură; ea se aplică de asemenea, limbajelor artistice fără implicații semantice, ca muzica și dansul.

Specificul semnificant al expresiei artistice

Elementele constitutive ale formei nu au, în sine, semnificație. Perceperea unui obiect de artă implică o dublă conștiință: a semnalului și a formei semnificante.

Conștiința calității de a fi un semnal se impune deoarece forma artistică se adresează unui destinatar po-

tențial. Această conștiință deschide unghiul de vedere al pragmaticii enunțării artistice, adică asupra actului prin care artistul ia în stăpânire mijloace de expresie și le mobilizează în scopul producerii unei forme adresate unui destinatar. În ceea ce privește conștiința formei semnificante, aceasta provine din relațiile între sens și forma care le instaurează. Arta ca limbaj nu funcționează pe modelul limbii. În replică, tranzacția artistică implică un *habitus*, un comportament socializat, stabilind o comunicare diferențiată.

Fiecare limbaj artistic are propria lui semnificație. Obiectul de artă corespunde unor scheme de reprezentare care se concretizează într-o formă. Un text de Matisse, citat de Francastel, aduce un punct de vedere care poate contribui la caracterul de semnificare al artei: „*Fiecare operă de artă este un ansamblu de semne, inventate în timpul execuției și în funcție de nevoile locului. Ieșite din compoziția pentru care au fost create, aceste semne nu mai au valoare. Semnul este determinat în momentul când eu îl folosesc și pentru obiectul căruia îi este destinat*”⁴.

Funcția de comunicare prin artă se examinează plecând de la schemele de comunicare pe care fiecare limbaj, stil sau obiect le pune în operă. Aceste scheme sunt inventate în funcție de o conduită umană cu un caracter temporar sau sunt produsul unei tehnici exersate pe un material. Semnificația unei opere nu este nici stabilă, nici evidentă; dimensiunea comunicativă a artei nu constă în a cerceta modul de transmitere a unei informații sau a unui conținut. În opinia lui Francastel „*arta, ca toate celelalte limbaje, este un mod de a înregistra anumite lecții ale experienței, nu de a ne furniza soluția enigmei universale, ci de a ne sugera moduri de acțiune diferențiate*” (Francastel, op. citată, p. 46).

Modalitățile de comunicare pe care le realizează expresia artistică în diferite forme de acțiune sau de influență, plecând de la parametrii obiectului de artă reprezintă următoarele puncte în discursul nostru.

FUNCȚIILE COMUNICĂRII ȘI ARTA

Grila de lectură pentru următoarele afirmații este schema propusă de Roman Jakobson referitoare la funcțiile comunicării⁶. Pentru a defini funcțiile comunicării, Jakobson examinează mai întâi factorii constitutivi ai oricărui act de comunicare verbală: emițătorul de mesaj, destinatarul acestui mesaj (receptorul), mesajul, contextul mesajului, codul comun și canalul fizic care permite stabilirea și menținerea comunicării. Acești șase factori dau naștere la șase funcții lingvistice diferite. Analiza funcțională practică de Jakobson poate, în opinia noastră, să fie extinsă la orice formă de enunțare sau în orice joc al comunicării în care există un emițător individualizat, un receptor, un mod de expresie. Funcțiile relevate de Jakobson nu depind de particularități de limbaj, fiind doar un instrument extrem de fecund în analiza practicilor creației artistice, indiferent de suportul de exprimare. Cele șase funcții ale limbajului sunt necesare pentru a arăta cum pot ele servi ca grilă de analiză a dimensiunii comunicationale în artă.

Prima funcție definită de Jakobson este cea expresivă, centrată pe locutor, punând în centrul atenției atitudinea, statutul, starea afectivă a subiectului care se exprimă. Funcția mai sus-enunțată devine inerentă oricărei mani-

festări estetice. Intenția de „vreau să spun ceva” (*vouloir dire*) informează asupra atitudinii subiectului față de ceea ce vorbește. Funcția expresivă intervine într-un mod privilegiat în procesele artistice care descriu situația emotivă a subiectului care se exprimă.

Funcția conativă este centrată pe destinatar, realizându-se pe plan verbal la modul imperativ. În planul proceselor artistice, această funcție ocupă un loc central, în măsura în care orice expresie artistică se adresează unui destinatar și vizează efecte sensibile asupra lui. Devine prioritară atunci când procesul artistic se elaborează ca fenomen de comunicare directă, presupunând prezența destinatarului, ca în cazul teatrului sau al spectacolului de dans.

Funcția referențială (denotativă sau cognitivă) se referă la contextul comunicării verbale. Aspectul referențial al obiectului artistic este unul din punctele centrale ale analizei estetice. Examinarea obiectelor artistice din acest punct de vedere aduce într-un punct convergent toate întrebările referitoare la funcția ideologică a artei ca „travestire” a realului. Mai trebuie precizat că anumite forme artistice pot fi lipsite de funcții referențiale, ca de exemplu muzica, neorganizată semantic. O practică artistică poate avea sens și semnificație fără ca ea să informeze asupra contextului, așa cum este cazul picturii non-figurative.

În cadrul funcției poetice, după Jakobson, „*accentul este pus pe mesaj, centrat asupra lui însuși*”. Limbajul și enunțurile estetice se manifestă în acest caz în toată autonomia lor, iar jocul absolut este al expresivității formale. Funcția poetică nu se întâlnește numai în poezie, este prezentă în orice practică ce se exercită asupra formelor (publicitate, creativitate etc.).

Funcția metalingvistică se bazează pe distincția între două nivele ale limbajului, „limbajul-obiect“ descriind obiecte sau referindu-se la entități extra-lingvistice și „metalimbajul“ care se referă la un discurs centrat pe cod. Arta este o formă expresivă care angajează mai întâi un dialog cu formele care au precedat-o. Citarea, referința, variația sunt figuri formale care realizează această funcție. Din acest punct de vedere, se presupune că percepția artistică este o percepție cultivată, clarificată prin diferite filiații și rupturi, căci sensibilizarea artei nu poate face economie de discurs meta-estetic.

Funcția fatică servește la stabilirea contactului în cadrul comunicării verbale. Roman Jakobson reia termenul utilizat inițial de Bronislaw Malinowski pentru a face semnificativă utilizarea vorbirii atunci când se inițiază sau se prelungește comunicarea. Funcția fatică este prima pe care copilul o dezvoltă. Tot această funcție intervine atunci când un simplu lucru manual este însoțit de o simplă vorbărie. Vorbirea îndeplinește în acest caz o funcție socială; nu funcționează ca un mod de transmitere a gândirii, ci în a produce o atmosferă de sociabilitate⁷. Funcția poate fi îndeplinită și în alt mod decât prin vorbire. În prezent, de exemplu, un mare număr de concerte pop sau rock îndeplinesc această funcție: a permite întâlnirea între auditori.

Grila funcțiilor este clarificatoare pentru a determina factorii procesului comunicațional din practica expresivă. Nu este vorba de a reduce practica culturală sau artistică la unica funcție prioritar întâlnită, căci aceasta este însoțită de funcții secundare. Această schemă prezintă în particular avantajul depășirii operei și al enunțatului în analiza practicilor culturale. De fapt, evaluarea funcțiilor

comunicării în obiectul de artă este mai relevantă decât evaluarea practicilor care duc la nașterea acestuia.

CULTURALISMUL – MOD DE DIFUZARE A ARTEI

În Franța, politica culturală etatistă s-a modificat în funcție de exigențele sociale, așteptările publicului sau diferitele crize care s-au produs în domeniul cultural sau în ministerele de profil. Aceste politici atât de diverse s-au fondat pe ceea ce vom numi culturalism: un proiect estetic și social fondat pe difuzarea patrimoniului și lărgirea bazei sociale a publicului⁸.

Culturalismul este purtătorul intrinsec al practicii de comunicare, larg inspirat de experiența Teatrului Național Popular (TNP) de Jean Vilar, din punctul de vedere al relațiilor cu publicul. Politica estetică și culturală a TNP are două principii, clar formulate de Vilar: a aduna și a uni. A aduna este imperativul sub care se ascund o voință și un proiect social. A uni este un efect așteptat în funcție de repertoriu sau scenariu.

Pentru Malraux, politica de intervenție culturală etatistă este necesară în „*artă ca unul din cei mai puternici fermenti ai culturii*“. Problemele care se ridică atunci țin de difuzarea patrimoniului. Este vorba, deci, de „*a favoriza comunicarea și difuzarea operei de artă reducând obstacolele economice și psihologice care privau anumite clase sociale de orice comuniune cu arta*“⁹.

Luând în calcul accentul pus pe obstacolul economic și pe rezistența psihologică la întâlnirea cu operele de artă, devine de înțeles de ce au fost provocate evenimente și ocazii pentru a mări accesul la opera de artă.

Noțiunea „întâlnire“ este centrală la Malraux și fondează raportul pe care omul îl întreține cu arta. Noțiunea include efemerul, inspirația, comuniunea. Permite „moștenirea“ valorilor culturale. Prin întâlnire, capodopera devine răspuns la problematica morții pe care omul o abordează.

Politica de democratizare culturală a reprezentat formula politică și sociologică a unei concepții estetice care încerca actualizarea operelor trecutului, prin punerea lor la dispoziția publicului larg. Pentru Malraux, puterea de atracție a artei era suficientă în sine pentru a favoriza punerea sa în atenție. Deci, erau necesare rețele de circulație a operelor. Unul din motivele eșecului parțial al acțiunii culturale promovând difuzarea patrimoniului național francez, era insuficiența de a transforma un simplu destin în conștiință doar prin simpla difuzare a operelor și producțiilor artistice.

Temele de rezistență sociologică, inegalitățile culturale, violențele simbolice nu vor fi realmente luate în considerație în definirea politicilor culturale, deși puterea artei pare fără limite. Filosofia estetică a colaboratorilor lui Malraux intră în categoria esteticii fatice: confruntarea cu opera trebuie să fie directă. Această filosofie, dând naștere dimensiunii transcendente a artei și interogării metafizice a omului, uită că în raportul cu formele, omul este, de asemenea, un subiect social.

Problematica subiectului revine iarăși în atenție, plecând de la neclaritățile referitoare la strategia de democratizare a culturii și la capacitatea artei de a produce relații, înscriind un subiect oarecare în raport cu altele.

Cu ea concluzionăm această prezentare a fenomenelor culturale în raport cu comunicarea.

Note

1. ADORNO, R.W., „*Théorie esthétique*“, traducere din limba germană, Klincksieck, Paris, 1974.
2. ADORNO, T.W., *op. cit.*, p. 149.
3. LÉVI-STRAUSS, C., „*La pensée sauvage*“, Plon, Paris, 1962.
4. FRANCASTEL, P., „*Etudes de sociologie de l'art*“, Denoël-Gonthier, col. Médiations, Paris, 1970, p. 28.
5. FRANCASTEL, P., *op. cit.*, p. 46.
6. JAKOBSON, R., „*Essais de linguistique générale*“, traducere din limba engleză, Ed. Minuit, Paris, 1973, p. 213-221.
7. MALINOVSKI, B., articol în „*The meaning of meaning*“, Ogden & Richards, citat de Emile Benveniste în *Probleme de linguistique generală*, vol. 2, p. 87.
8. Cf. JEAN CAUNE, *op. cit.*
9. Serviciul de studii și cercetări al Ministerului Culturii, „*Aspects de la politique culturelle*“ française, UNESCO, Politici culturale: studii și documente, Paris, 1970, p. 12.

Concluzii

Dincolo de limbaj

Toate științele umane care au examinat mai mult sau mai puțin natura și funcțiile limbajului s-au detașat de filosofia acestuia, datorită abordării foarte generale în raportul acestuia cu gândirea. Această propunere epistemologică de a exclude din analiză orice implicație metafizică, adică, orice discurs care părăsește terenul realității pentru a căuta esența dincolo de manifestarea fenomenului răspunde unei duble preocupări. În primul rând, a depăși intuițiile globale, experiențele subiective și reprezentările iluzorii. Această dublă exigență se traduce prin punerea în paranteză nu atât a subiectului uman concret și a experienței trăite de el, cât a subiectului filosofic centrat asupra Omului ca și categorie de gândire, a ideii care transcende subiectul economic și pe cel istoric. Excluderea poate părea paradoxală pentru științele care examinează omul în existența sa concretă. Imaginea omului ca ființă care muncește și gândește pentru a-și defini dorințele și a-și construi universul imaginar și simbolic au fost introduse de științele umaniste în secolul al XIX-lea.

Întrebarea fundamentală este, în acest punct al discuției, cum este posibilă coexistența ideilor moderne despre om ca întreg, depășindu-și limitele funcțiilor biologice și psihologice, incluzându-l într-o istorie personală, ca figură ce construiește lumea și a aceleia care conștientizează moartea iminentă a acestuia. Este un paradox care are două explicații.

Prima dintre acestea trebuie căutată în gândirea contemporană, care consideră limbajul, cultura ca spațiu de desfășurare a naturii umane. M. Foucault, în „*Les mots et les choses*” este printre primii cercetători care susțin această idee, realizând o ruptură radicală de gândirea clasică. Un alt mod de a înțelege dispariția Omului din centrul preocupărilor de profil se datorează unui anumit orgoliu și iluziei parțiale a acelor științe care, după Auguste Comte și Emile Durkheim, și-au dobândit legitimitatea în baza observării fenomenelor sociale și culturale mergând către adecvarea veridicității discursului și a obiectului. Științele umane și-au revendicat pozitivismul și obiectivitatea cunoștințelor, debarasându-se de presupuneri metafizice și speculative. Acest tip de excludere este cu certitudine producătoare de cunoștințe, dar îngustează un anumit segment al anumitor puncte de vedere teoretice (psihologic, sociologic, economic, cultural). Ceea ce înseamnă în același timp fragmentarea concepției unitare a omului și punerea într-o lumină proastă a unității științelor omului. A mscat, de asemenea, presupunerile implicite ce marcau fiecare din aceste teorii.

Remarcile de mai sus nu reprezintă nici o digresiune, nici o referință obligatorie la problematica filosofică a identității omului. Dar sunt fundamentale pentru a semnală pericolele unui mod de a gândi, scăpând din vedere reflecția

asupra ei însăși și abandonând necesitatea de a fonda filosofic posibilitatea conținutului său. În nici o altă zonă mai mult ca în analiza culturală și comunicațională scăparea de care am vorbit mai sus nu poate duce la o pretinsă obiectivitate care ar exclude chiar obiectul reflecției sale: limbajul uman. Problema nu este de a crea o teorie unitară care să „panseze” rupturile și să furnizeze un mod explicativ care să fie comun producțiilor intelectuale și spirituale. Este vorba, mai ales, și aventura este mai temerară în acest caz, de a conserva pentru cultură problematica alterității și identității, iar în cazul comunicării, de a căuta un sens ireductibil conceptului, adevărului, codificării.

Problematica alterității și identității este extrem de importantă, fiind incluse variabile ale acestor factori în orice antropologie culturală. Variabilele sunt în număr de trei:

- cea care aduce în prim-plan o dimensiune comună a Ființei Umane, dincolo de cultură, spațiu și timp.
- cea care discernе în funcție de comportamentele umane și în patologia acestora norma care le determină.
- cea care aduce prin recunoașterea manifestărilor estetice și a limbajelor o participare a unei expresii singulare a individului, dar și a unei culturi clar determinate.

Problematica sensului comunicării nu poate ignora dezbateră despre cod și concept. Orice comunicare va fi, privită fiind prin prisma unei medieri lingvistice și non-lingvistice, în ultimă instanță relație între subiecte, supuse unei reguli a înțelegerii mutuale, dar și în unghiul unei intenționalități care nu se poate depista doar din informație, interacțiune sau contact. În artă ca și în activitatea comunicațională, cercetările asupra sensului duc către analiza lui

„a vrea să spui”, căci discursul nu este niciodată reprezentarea mimetică a ceea ce intenționezi să spui.

Limitele funcționalismului în reflecția asupra raporturilor între limbaj și cultură constau în căutarea concepției implicite despre subiectul uman, care îl reduce pe individ la o simplă sumă de nevoi, ca o ființă rațională care se realizează doar prin atingerea intereselor sale, o ființă care se poate revela către sine și către celălalt prin comunicare. Astfel, antropologia funcționalistă supune cultura realizării nevoilor umane, așa cum se manifestă ele în societate și într-un parcurs istoric. Lingvistica structurală examinează, odată cu Saussure și școala de la Praga vorbirea și limba în cadrul operației de schimb și de comunicare. Antropologia structurală face din cultură o totalitate care se manifestă prin intermediul formelor aflate în relație și printr-un discurs care depășește intenționalitatea și aspectele practice ale activității umane.

Nu cumva trebuie depășită o perspectivă instrumentală a limbajului, care face din el doar un mod de comunicare al gândirii? Este o întrebare la care s-au dat răspunsuri ce au dat naștere unei concepții ternare: vectorul comunicării este gândirea, obiectul său este lucrul, iar destinatarul este omul. Din această perspectivă, limbajul nu ar da decât socoteală despre conținutul gândirii asupra lucrurilor. Dar cum rămâne cu ceea ce vizează, ceea ce simte omul, dacă se comunică pe sine?

Într-un articol care datează din 1916, „*Asupra limbajului în general și asupra limbajului uman*”, Walter Benjamin, unul din cei mai originali gânditori ai începutului de secol, a cărui operă este traversată de problematica limbajului, descentrează problematica comună a lui „Ce comunică limbajul?”. Raportată la om,

întrebarea devine: „cum se comunică el?” Ea antrenează o alta: care este natura lui de a se comunica, cu accentele ambiguității pe reflexivul *se*? În opinia lui Benjamin, este vorba despre „esența spirituală a omului”, iar omul comunică această esență nu *prin* limbaj, ci *în* limbaj. Benjamin distinge deci comunicarea instrumentală, care intervine atunci când omul comunică ceva altor oameni, prin intermediul cuvântului, care servește la desemnarea lucrurilor, de comunicarea esențială. În acest tip de comunicare „limbajul se comunică prin el însuși”, adică el este medium-ul cu sensul cel mai pur al termenului.

Gândirea lui Benjamin este novatoare. Profunda sa originalitate constă în dimensiunea creatoare alocată limbajului. Limbajul în el însuși nu este doar comunicarea a ceea ce poate fi comunicat, ci „însuși simbolul non-comunicabilului”. Comunicarea prin limbaj este similară cu cea prin medium. Ceea ce era, la momentul respectiv, o stranie anticipare a temelor dezvoltate mai târziu de McLuhan apoi Benveniste (care fonda semiologia enunțării) sau a lui Paul Ricoeur asupra eficacității vorbirii.

Privind astfel lucrurile, se poate considera că expresivitatea limbajului, degajată de mimetism și/sau semnificații preexistente, poate fi considerată ca fondatoare de sens și de cultură. Iar arta poate fi înțeleasă ca limbaj, în capacitatea sa de comunicare (care ține de experiența umană) și nu prin funcțiile sale, care nu au legătură cu limba.

Bibliografie generală

(Operele indicate cu săgeată sunt considerate esențiale de către autor)

- ADORNO, T. W., „*Théorie esthétique*”, traducere din limba germană, Klincksieck, 1974.
- ARENDT, H., „*Condition de l'homme moderne*”, traducere din limba germană, Calman-Lévy, Paris, 1983.
- ARENDT, H., „*La crise de la culture*”, traducere din limba germană, Gallimard, Paris, 1972.
- ARTAUD, A., „*Le théâtre et la culture*”, prefață la *Le théâtre et son double*, Gallimard, Colecția *Idées*, Paris, 1964.
- BARTHES, R. *Introducere la „Eléments de sémiologie”* în „*L'aventure sémiologique*”, Seuil, Essais, Paris, 1985.
- BENVENISTE, E., *Problèmes de linguistique générale*, Gallimard, volumul I, 1966, volumul II, 1974.
- BOURDIEU, P., „*Ce que parler veut dire*”, Fayard, Paris, 1982.
- BUYSENS, E., „*La communication et l'articulation linguistique*”, în „*Travaux de la faculté de philosophie et lettres*”, volumul 31, Bruxelles, PUB; PUF, Paris, 1967.

- CASSIRER, E., „*Philosophie des formes symboliques*“, traducere din limba germană, ed. Minuit, Paris, 1972.
- CAUNE, J., „*La culture en action. De Vilar à Lang, le sens perdu*“, PUG, Grenoble, 1992.
- CERTEAU, M (de), „*La culture au pluriel*“, Bourgois, Paris, 1980.
- DURAND, G., „*L'imagination symbolique*“, Quadrige, PUF, Paris, 1989.
- ECO, U., „*La structure absente. Introduction à la recherche sémiotique*“, Mercure de France, Paris, 1972.
- ETCHEGOYEN, A., „*Les entreprises ont-elles une âme?*“, ed. François Bourin, Paris, 1990.
- FOUCAULT, M., „*Les mots et les choses*“, Gallimard, Paris, 1966.
- FRANCASTEL, P., „*Etudes de sociologie de l'art*“, Denoël-Gonthier, col. Médiation, Paris, 1970.
- GOFFMAN, E., „*Les rites d'interaction*“, traducere din limba engleză, ed. Minuit, Paris, 1974.
- GOODY, J., „*La raison graphique. La domestication de la pensée sauvage*“, traducere din limba engleză, ed. Minuit, Paris, 1979.
- HALL, E.T., „*La dimension cachée*“, Seuil, col. Points, Paris, 1971.
- HALL, E.T., „*Le langage silencieux*“, Seuil, col. Points, Paris, 1984.
- HALL, E.T., „*Au-delà de la culture*“, Seuil, col. Points, Paris, 1987.
- HAMPDEN-TURNER, C., „*La culture d'entreprise. Des cercles vicieux aux cercles vertueux*“, traducere din limba engleză, Seuil, Paris, 1992.
- JAKOBSON, R., „*Essais de linguistique générale*“, volumul 1, traducere din limba engleză, ed. Minuit, Paris, 1973.

- KARDINER, A., „*L'individu dans sa société. Essai d'anthropologie psychanalytique*“, traducere din limba engleză, Gallimard, Paris, 1969.
- LÉVI-STRAUSS, C., „*Anthropologie structurale*“, Plon, Paris, 1958.
- LÉVI-STRAUSS, C., „*La pensée sauvage*“, Plon, Paris, 1962.
- LINTON, Ralph, „*Le fondement culturel de la personnalité*“, traducere din limba engleză, Dunod, Paris, 1986.
- MALINOWSKI, B., „*Une théorie scientifique de la culture*“, traducere din limba engleză, Maspero, Paris, 1968.
- MARCUSE, H., „*L'homme unidimensionnel, Essai sur l'idéologie de la société industrielle avancée*“, traducere din limba engleză, ed. Minuit, Col. Points, Paris, 1968.
- MAUSS, M., „*Sociologie et anthropologie*“, PUF, Paris, 1973.
- MC LUHAN, M., „*La galaxie Gutenberg*“, volumul 1, traducere din limba engleză, Gallimard, Paris, 1977.
- MEAD, G., H., „*L'esprit, le soi et la société*“, traducere din limba engleză, PUF, Paris, 1963.
- MORIN, E., „*Sociologie*“, Fayard, Paris, 1984.
- MOUNIN, G., „*Sémiologie de la communication et sémiologies de la signification*“, în *Introduction à la sémiologie*, ed. Minuit, Paris, 1970.
- PRIETO, L.-J., „*Pertinence et pratique*“, ed. Minuit, Paris, 1975.
- RICOEUR, P., „*De l'interprétation, Essai sur Freud*“, Seuil, Paris, 1965, p. 20.
- RICOEUR, P., „*Du texte à l'action. Essais d'herméneutique II*“, col. Esprit, Seuil, Paris, 1986.

146 Bibliografie generală

- SAINSAULIEU, R., „*Sociologie de l'organisation et de l'entreprise*“, Dalloz, Paris, 1987.
- SAPIR, E., „*Anthropologie*“, traducere din limba engleză, ed. Minuit, col. Points, Paris, 1967.
- SAUSSURE, F. (de), „*Cours de linguistique générale*“, ediție critică pregătită de Tullio de Mauro, Payothèque, 1974.
- Serviciul de studii și cercetare al Ministerului Culturii, *Aspecte ale politicii culturale franceze*, Unesco, Politici culturale: studii și documente, Paris, 1970, p. 12.
- SIMMEL, G., „*Le concept et la tragédie de la culture*“ traducere din limba germană, în *La tragédie de la culture et autres essais*, Petite Bibliothèque Rivages, Paris, 1988.
- TYLOR, E., B., „*Primitive Culture*“, J. Murray, London, 1871.
- VERON, E., „*Sémiosis sociale*“, PUV, 1987.

ÎN ATENȚIA LIBRARILOR ȘI DIFUZORILOR DE CARTE

Contravaloarea timbrului literar se depune în contul Uniunii Scriitorilor din România nr. 45106262, deschis la BCR/SMB

Redactor: Mădălina Ghiu
Tehnoredactor: Florentina Preda

completă și nici raporturi clare de prioritate (la scara istoriei umane sau a istoriei formării conștiinței individuale). „În realitate, cultura și comunicarea formează un cuplu ciudat, observă autorul. Nici una nu se explică fără cealaltă. Fenomenele nu sunt nici perfect etanșe, unul conținându-l pe celălalt, nici situate în planul reflexiilor paralele, în corespondență analogică”.

Atât formele de comunicare (lingvistice și non-lingvistice), cât și cultura, deși au format obiectul unor reflecții și studii încă din epocile antice, au devenit substanța unor științe de sine stătătoare doar la sfârșitul secolului al XIX-lea: antropologia și semiologia (considerată de Saussure ca „știința care studiază existența semnelor în cadrul vieții sociale”). Sinteza acestor demersuri teoretice și metodologice a condus la constituirea, în ultima parte a secolului XX, a unor cercetări autonome, grupate sub genericul „științele comunicării”.

Într-o primă instanță, Jean Caune conturează științele și disciplinele care abordează tema relației dintre cultură și comunicare. Prima dintre ele este lingvistica. Limba permite „reprezentarea” lumii, a formelor culturale, a socialului, a individualului și, chiar, a fenomenului lingvistic însuși. Întâietatea limbii a îndemnat o seamă de cercetători (De Saussure, Ed. Sapir, E. Benveniste, Cl. Lévi-Strauss, R. Barthes, etc) să considere limbajul articulat ca un model pentru înțelegerea fenomenelor culturale: elementele componente ale unei culturi apar ca un ansamblu de semne, care se combină și generează înțelesuri într-un mod analog combinării semnelor lingvistice. Astfel, rând pe rând, sistemul de rudenie, totemismul, instituțiile sociale și politice, moda, publicitatea, formele artistice, miturile și riturile au fost interpretate ca *texte*, a căror funcție și

semnificație poate fi aflată în urma unor operații de descompunere în unități elementare (lexicul) și de aflare a principiilor de combinare (gramatica și semantica), asemănătoare celor executate de lingviști.

A doua știință invocată este antropologia culturală: contribuția ei la cunoașterea varietății culturale este decisivă, multe voci considerând că este știința prin excelență devotată studiului fenomenelor culturale. Jean Caune atrage atenția asupra perspectivelor diferite în care faptele de cultură și comunicare au fost cercetate de-a lungul anilor, de la evoluționismul lui Ed. Taylor, la funcționalism și structuralism. Din aceeași perspectivă didactică sunt apoi evocate contribuțiile sociologiei, psihologiei sociale, esteticii, etc.

După această etapă de defrișare, autorul trece la analiza unor concepte și teorii majore, din perspectiva cărora pot fi mai bine înțelese conceptele de cultură și de comunicare. Astfel el se referă la relațiile binomului studiat cu noțiuni precum: natura, tehnologiile, codurile, eul și personalitatea, industriile divertismentului, etc. Incursiunile în aceste debateri (care includ punctele de vedere ale antropologilor, psihiștilor, istoricilor, politologilor, psihologilor și sociologilor asupra acestor conexiuni) sunt concise, edificatoare: autorul menține un echilibru constant între nevoia de a explica în mod convingător o chestiune și exigențele de claritate și accesibilitate ale unui asemenea demers cu finalitate didactică.

Următoarele capitole aprofundează noțiunile și temele cartografiate. Un loc aparte este acordat chestiunilor legate de modalitățile de interpretare ale fenomenelor culturale. Ele pun în antiteză modelul de înțelegere impus de științele empirice și cel conturat de „științele spiritului” (W. Dilthey).